



مرکز ملی باوردهای علمی و فناوری

سازمان بنادر و دریانوردی به عنوان تنها مرجع حاکمیتی کشور در امور بندری، دریایی و کشتی‌رانی بازرگانی به منظور ایفای نقش مرجعیت دانشی خود و در راستای تحقق راهبردهای کلان نقشه جامع علمی کشور مبنی بر "حمایت از توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و تسهیل انتقال و انتشار دانش و سامان‌دهی علمی" از طریق "استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنجش و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه برای نشریات، اختراعات و اکتشافات پژوهشگران"، اقدام به ارایه این اثر در سایت SID می‌نماید.



سازمان بنادر و دریانوردی



ماهنامه امواج دانش

سال اول | شماره ۴ | تیر ماه ۹۵

- * موج اول ~ سرمقاله: فرهنگ ضرورتی بدون جایگزین ۳
- * موج دوم ~ تازه ها:
- مروری بر حوزه های سازمانی مرتبط با مدیریت دانش ۵
- اجتماعی سازی دانش ۸
- * موج سوم ~ پرونده ویژه:
- بررسی تعاریف دانش و مفاهیم مرتبط با دانش ۱۷
- * موج چهار ~ رویدادها ۲۶
- * موج پنجم ~ مقالات:
- نقش فرهنگ سازمانی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش ۳۲
- بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش ۳۳
- نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمان ها ۳۴
- توسعه مدیریت دانش بر پایه فرهنگ سازمانی ۳۵
- * موج ششم ~ دانش نما:
- معرفی کتاب و سایتهای مرتبط ۳۷
- تاریخ شفاهی دریاوردی ۳۸
- واژگان دریاوردی ۴۰



مركز پارسا و دریاوردی

مركز بررسی با و مطالعات راهبردی



ماهنامه تخصصی الکترونیکی
مدیریت دانش
جامعه بندری و دریایی ایران

صاحب امتیاز:

سازمان بنادر و دریانوردی

مدیر مسئول:

مرکز مطالعات و بررسی های راهبردی

دبیر تحریریه:

محمد صادق بهرامی

هیأت تحریریه:

محمد علی حسن زاده، مهدی جانباز،

فتح الله خوشبختی، فرزانه سهرابی،

سعید دمیرچی، رویا امام،

محمدحسین شوکت پور

طراحی و گرافیک:

محمد حسین شوکت پور



دبیرخانه: ۰۲۱-۸۴۹۳۲۷۳۸



ارائه نظرات: km@pmo.ir



تهران، ونک، ب حقانی، خ شهیدی،
پلاک ۱، سازمان بنادر و دریانوردی

« در راستای ترویج دانش تخصصی
حوزه‌های بندری و دریایی، این نشریه
آمادگی دارد تا نسبت به نشر دانش
اندوخته و مقالات پیشنهادی از
اشخاص در این حوزه اقدام نماید. »

ماهنامه امواج دانش

سال اول | شماره ۴ | تیر ماه ۹۵

فهرست

- * موج اول ~
۳ سرمقاله: فرهنگ ضرورتی بدون جایگزین
- * موج دوم ~
تازه ها:
۵ مروری بر حوزه های سازمانی مرتبط با مدیریت دانش
۸ اجتماعی سازی دانش
- * موج سوم ~
پرونده ویژه:
۱۷ بررسی تعاریف دانش و مفاهیم مرتبط با دانش
- * موج چهارم ~
۲۶ رویدادها
- * موج پنجم ~
مقالات:
۳۲ نقش فرهنگ سازمانی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش
۳۳ بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش
۳۴ نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمان ها
۳۵ توسعه مدیریت دانش بر پایه فرهنگ سازمانی
- * موج ششم ~
دانش نما:
۳۷ معرفی کتاب و سایتهای مرتبط
۳۸ تاریخ شفاهی دریانوردی
۴۰ واژگان دریانوردی



اقتصاد دانش بنیان،
یکی از زیربناهای تحقق سیاستها و اهداف کلی
اقتصاد مقاومتی است.

مدیریت دانش، در این راستا از الزامات اقتصاد
دانش بنیان بوده؛ و لذا مجله امواج دانش تلاش
دارد تا تبلور مدیریت دانش در صنعت حل و فصل
دریابی جمهوری اسلامی ایران باشد.

اقصاد و معاش اقدام اول



عید سعید فطر، عید بیداری فطرت بر مسلمین مبارکباد

سال ۱۵



« با هدف کمک به ترویج دانش تخصصی حوزه های بندری و دریایی، این نشریه آمادگی دارد تا نسبت به نشر دانش اندوخته اشخاص حقیقی و حقوقی فعال در صنعت حمل و نقل دریایی اقدام نماید »

موج اول

سرمقاله



«فرهنگ»

ضرورتی بدون جایگزین

در عصر حاضر ملاک توفیق سازمان ها دیگر چندان به حجم و نوع سرمایه ها و پشتوانه اقتصادی آنها وابسته نیست بلکه به میزان و انحصاری بودن سرمایه های فکری موجود در آن سازمان و توانایی کاربرد و فرآوری آن به عنوان مزیت رقابتی آن سازمان ها در میدان وسیع و گسترده بازار تجارت و رقابت مرتبط می باشد. مدیریت دانش در این مسیر نقش به سزائی ایفا می کند آنجاکه در مدیریت سرمایه های فکری با تسهیل تبادل دانش و یا به عبارتی بهتر **تسهیم دانش** زمینه ساز تحقق مدیریت سرمایه های فکری می شود. هنگامی که از یکی از صاحبانظران در مدیریت دانش از سه محور مهم و حیاتی در مسیر تحقق آن پرسیدند، تکرار سه باره **فرهنگ** توسط او هر چند جالب، اما پرده از واقعیتی غیرقابل انکار برداشته و نگاه صاحبان اندیشه و یا حتی سرمایه داران را به نقطه ای جدید معطوف نمود. **فرهنگ سازمانی** نظامی از باورها و ارزش های مشترک است که با ایجاد سهولت در یادگیری از طریق به اشتراک گذاری دانش، سازمان را برای رسیدن به اهداف، ایده ها و محصولات مورد نظر یاری می کند. به اعتقاد پژوهشگران، نقش فرهنگ در تسهیم دانش خصوصاً دانش ضمنی موجود در سازمان ها، بی مانند اما حساس است، بگونه ای که به همان اندازه که وجود فرهنگ سازمانی بالغ، پیش برنده اهداف دانشی است، در صورت فقدان، بازدارنده نیز خواهد بود؛ عبارتی دیگر، فرهنگ هم در بستر سازی و هم در تداوم استقرار نظام های مدیریت دانش از ارکان اساسی است. وجود اعتماد بین همکاران، برخورداری از زیر ساخت های قوی ارتباطی و وجود سیستم های اطلاعاتی روزآمد در کنار برقراری نظام های موثر تقدیر و پاداش از ارکان حائز اهمیت و تاثیر گذار در شکل گیری، تداوم و ارتقاء فرهنگ سازمانی مطلوب است. امید است با شناخت جایگاه خود، ایفاگر نقش موثر، در این مهم باشیم.

محمد صادق بهرامی

دبیر تحریریه ماهنامه الکترونیکی امواج دانش

Global Innovation Index rankings 2015

Country/Economy	Score (0–100)	Rank	Income	Rank	Region	Rank	Efficiency Ratio	Rank	Median: 0.71
Switzerland	68.30	1	HI	1	EUR	1	1.01	2	
United Kingdom	62.42	2	HI	2	EUR	2	0.86	18	
Sweden	62.40	3	HI	3	EUR	3	0.86	16	
Netherlands	61.58	4	HI	4	EUR	4	0.92	8	
United States of America	60.10	5	HI	5	NAC	1	0.79	33	
Finland	59.97	6	HI	6	EUR	5	0.77	41	
Singapore	59.36	7	HI	7	SEAO	1	0.65	100	
Ireland	59.13	8	HI	8	EUR	6	0.88	12	
Luxembourg	59.02	9	HI	9	EUR	7	1.00	3	
Denmark	57.70	10	HI	10	EUR	8	0.75	49	
Hong Kong (China)	57.23	11	HI	11	SEAO	2	0.69	76	
Germany	57.05	12	HI	12	EUR	9	0.87	13	
Iceland	57.02	13	HI	13	EUR	10	0.98	4	
Korea, Republic of	56.26	14	HI	14	SEAO	3	0.80	27	
New Zealand	55.92	15	HI	15	SEAO	4	0.77	40	
Canada	55.73	16	HI	16	NAC	2	0.71	70	
Australia	55.22	17	HI	17	SEAO	5	0.70	72	
Austria	54.07	18	HI	18	EUR	11	0.77	37	
Japan	53.97	19	HI	19	SEAO	6	0.69	78	
Norway	53.80	20	HI	20	EUR	12	0.73	63	
France	53.59	21	HI	21	EUR	13	0.75	51	
Israel	53.54	22	HI	22	NAWA	1	0.83	20	
Estonia	52.81	23	HI	23	EUR	14	0.86	17	
Czech Republic	51.32	24	HI	24	EUR	15	0.89	11	
Belgium	50.91	25	HI	25	EUR	16	0.74	59	
Malta	50.48	26	HI	26	EUR	17	0.95	7	
Spain	49.07	27	HI	27	EUR	18	0.72	67	
Slovenia	48.49	28	HI	28	EUR	19	0.82	22	
China	47.47	29	UM	1	SEAO	7	0.96	6	
Portugal	46.61	30	HI	29	EUR	20	0.73	62	
Italy	46.40	31	HI	30	EUR	21	0.74	57	
Malaysia	45.98	32	UM	2	SEAO	8	0.74	56	
Latvia	45.51	33	HI	31	EUR	22	0.81	26	
Cyprus	43.51	34	HI	32	NAWA	2	0.66	90	
Hungary	43.00	35	UM	3	EUR	23	0.78	35	
Slovakia	42.99	36	HI	33	EUR	24	0.76	48	
Barbados	42.47	37	HI	34	LCN	1	0.81	25	
Lithuania	42.26	38	HI	35	EUR	25	0.70	74	
Bulgaria	42.16	39	UM	4	EUR	26	0.83	21	
Croatia	41.70	40	HI	36	EUR	27	0.75	50	
Montenegro	41.23	41	UM	5	EUR	28	0.79	29	
Chile	41.20	42	HI	37	LCN	2	0.68	82	
Saudi Arabia	40.65	43	HI	38	NAWA	3	0.72	69	
Moldova, Republic of	40.53	44	LM	1	EUR	29	0.98	5	
Greece	40.28	45	HI	39	EUR	30	0.65	98	
Poland	40.16	46	HI	40	EUR	31	0.66	93	
United Arab Emirates	40.06	47	HI	41	NAWA	4	0.41	133	
Russian Federation	39.32	48	HI	42	EUR	32	0.74	60	
Mauritius	39.23	49	UM	6	SSF	1	0.65	96	
Qatar	39.01	50	HI	43	NAWA	5	0.61	110	
Costa Rica	38.59	51	UM	7	LCN	3	0.79	32	
Viet Nam	38.35	52	LM	2	SEAO	9	0.92	9	
Belarus	38.23	53	UM	8	EUR	33	0.70	73	
Romania	38.20	54	UM	9	EUR	34	0.74	58	
Thailand	38.10	55	UM	10	SEAO	10	0.76	43	
TFYR of Macedonia	38.03	56	UM	11	EUR	35	0.73	64	
Mexico	38.03	57	UM	12	LCN	4	0.73	61	
Turkey	37.81	58	UM	13	NAWA	6	0.81	23	
Bahrain	37.67	59	HI	44	NAWA	7	0.63	105	
South Africa	37.45	60	UM	14	SSF	2	0.66	94	
Armenia	37.31	61	LM	3	NAWA	8	0.79	34	
Panama	36.80	62	UM	15	LCN	5	0.78	36	
Serbia	36.47	63	UM	16	EUR	36	0.75	55	
Ukraine	36.45	64	LM	4	EUR	37	0.87	15	
Seychelles	36.44	65	UM	17	SSF	3	0.67	88	
Mongolia	36.41	66	LM	5	SEAO	11	0.61	111	
Colombia	36.41	67	UM	18	LCN	6	0.60	114	
Uruguay	35.76	68	HI	45	LCN	7	0.66	91	
Oman	35.00	69	HI	46	NAWA	9	0.67	86	
Brazil	34.95	70	UM	19	LCN	8	0.65	99	
Peru	34.87	71	UM	20	LCN	9	0.60	113	

Global Innovation Index rankings 2015

Country/Economy	Score (0-100)	Rank	Income	Rank	Region	Rank	Efficiency Ratio	Rank	Median: 0.71
Argentina	34.30	72	UM	21	LCN	10	0.75	52	
Georgia	33.83	73	LM	6	NAWA	10	0.62	107	
Lebanon	33.82	74	UM	22	NAWA	11	0.67	87	
Jordan	33.78	75	UM	23	NAWA	12	0.72	68	
Tunisia	33.48	76	UM	24	NAWA	13	0.71	71	
Kuwait	33.20	77	HI	47	NAWA	14	0.73	65	
Morocco	33.19	78	LM	7	NAWA	15	0.64	102	
Bosnia and Herzegovina	32.31	79	UM	25	EUR	38	0.39	135	
Trinidad and Tobago	32.18	80	HI	48	LCN	11	0.66	92	
India	31.74	81	LM	8	CSA	1	0.79	31	
Kazakhstan	31.25	82	UM	26	CSA	2	0.53	124	
Philippines	31.05	83	LM	9	SEAO	12	0.76	44	
Senegal	30.95	84	LM	10	SSF	4	0.81	24	
Sri Lanka	30.79	85	LM	11	CSA	3	0.76	46	
Guyana	30.75	86	LM	12	LCN	12	0.65	95	
Albania	30.74	87	UM	27	EUR	39	0.49	129	
Paraguay	30.69	88	LM	13	LCN	13	0.75	54	
Dominican Republic	30.60	89	UM	28	LCN	14	0.61	108	
Botswana	30.49	90	UM	29	SSF	5	0.54	120	
Cambodia	30.35	91	LI	1	SEAO	13	0.69	80	
Kenya	30.19	92	LI	2	SSF	6	0.79	30	
Azerbaijan	30.10	93	UM	30	NAWA	16	0.60	115	
Rwanda	30.09	94	LI	3	SSF	7	0.42	131	
Mozambique	30.07	95	LI	4	SSF	8	0.63	104	
Jamaica	29.95	96	UM	31	LCN	15	0.54	121	
Indonesia	29.79	97	LM	14	SEAO	14	0.77	42	
Malawi	29.71	98	LI	5	SSF	9	0.75	53	
El Salvador	29.31	99	LM	15	LCN	16	0.62	106	
Egypt	28.91	100	LM	16	NAWA	17	0.68	83	
Guatemala	28.84	101	LM	17	LCN	17	0.67	89	
Burkina Faso	28.68	102	LI	6	SSF	10	0.68	85	
Cabo Verde	28.59	103	LM	18	SSF	11	0.54	119	
Bolivia, Plurinational State of	28.58	104	LM	19	LCN	18	0.76	45	
Mali	28.37	105	LI	7	SSF	12	0.87	14	
Iran, Islamic Republic of	28.37	106	UM	33	CSA	4	0.83	101	
Namibia	28.15	107	UM	33	SSF	13	0.51	126	
Ghana	28.04	108	LM	20	SSF	14	0.69	79	
Kyrgyzstan	27.96	109	LM	21	CSA	5	0.53	122	
Cameroon	27.80	110	LM	22	SSF	15	0.84	19	
Uganda	27.65	111	LI	8	SSF	16	0.57	118	
Gambia	27.49	112	LI	9	SSF	17	0.77	39	
Honduras	27.48	113	LM	23	LCN	19	0.57	117	
Tajikistan	27.46	114	LI	10	CSA	6	0.65	101	
Fiji	27.31	115	UM	34	SEAO	15	0.28	140	
Côte d'Ivoire	27.16	116	LM	24	SSF	18	0.90	10	
Tanzania, United Republic of	27.00	117	LI	11	SSF	19	0.77	38	
Lesotho	26.97	118	LM	25	SSF	20	0.50	128	
Ecuador	26.87	119	UM	35	LCN	20	0.51	127	
Angola	26.20	120	UM	36	SSF	21	1.02	1	
Bhutan	26.06	121	LM	26	CSA	7	0.33	138	
Uzbekistan	25.89	122	LM	27	CSA	8	0.53	123	
Swaziland	25.37	123	LM	28	SSF	22	0.42	132	
Zambia	24.64	124	LM	29	SSF	23	0.68	81	
Madagascar	24.42	125	LI	12	SSF	24	0.59	116	
Algeria	24.38	126	UM	37	NAWA	18	0.52	125	
Ethiopia	24.17	127	LI	13	SSF	25	0.72	66	
Nigeria	23.72	128	LM	30	SSF	26	0.80	28	
Bangladesh	23.71	129	LI	14	CSA	9	0.61	112	
Nicaragua	23.47	130	LM	31	LCN	21	0.47	130	
Pakistan	23.07	131	LM	32	CSA	10	0.76	47	
Venezuela, Bolivarian Republic of	22.77	132	UM	38	LCN	22	0.68	84	
Zimbabwe	22.52	133	LI	15	SSF	27	0.69	77	
Niger	21.22	134	LI	16	SSF	28	0.29	139	
Nepal	21.08	135	LI	17	CSA	11	0.40	134	
Burundi	21.04	136	LI	18	SSF	29	0.36	137	
Yemen	20.80	137	LM	33	NAWA	19	0.65	97	
Myanmar	20.27	138	LI	19	SEAO	16	0.69	75	
Guinea	18.49	139	LI	20	SSF	30	0.61	109	
Togo	18.43	140	LI	21	SSF	31	0.24	141	
Sudan	14.95	141	LM	34	SSF	32	0.37	136	



موج دوم

تازه ها



مروری بر حوزه های سازمانی مرتبط با مدیریت دانش و تشریح ارتباط آن ها با یکدیگر

مدیریت دانش در سازمان ها برای پیاده سازی قطعا بایستی با سایر حوزه های سازمانی در تعامل و ارتباط باشد تا در نهایت بتواند به صورت کامل با فرآیندهای سازمان یکپارچه و آمیخته شود. آشنایی و شناخت حوزه هایی که با مدیریت دانش مرتبط هستند، تاثیر گذار و تاثیر پذیرند، در ادامه این مطلب سعی شده تا علاوه بر معرفی این حوزه ها، نحوه ارتباط آن ها با مدیریت دانش و راهکارهای عملیاتی توسعه این ارتباط تشریح شود.

۱. مدیریت دانش و منابع انسانی

مدیریت هوشمندانه دارایی های سازمانی در راستای هدایت سازمان در دستیابی به اهداف، یکی از مهمترین اقدامات اجرایی در پروژه های مدیریت دانش می باشد. دارایی های ملموس دیر زمانی است که شناخته شده و به وسیله ابزارهای جامعی، مدیریت شده اند ولی در حال حاضر با توجه به ضرورت های موجود توجهات به سمت دارایی های ناملموس و مدیریت آنان می باشد. تصور یک سازمان هوشمند بدون در نظر داشتن استراتژی شناسایی و مدیریت دارایی های ناملموس غیر ممکن است.

اکثر دارایی های سازمانی صاحبان شناخته شده ای دارند مثلا :

- بخش امور مالی صاحب پول و سرمایه های اقتصادی می باشد .
- مشتریان معمولا از دارایی بخش های فروش، بازاریابی و خدمات مشتری می باشند.
- محصولات، صاحبی جز بخش تولید ندارند .
- با این حال، هیچکس مسئول دانش، مهمترین دارایی با بیشترین تاثیر در نتایج نمی باشد.

با توجه به اینکه بخش منابع انسانی مسئول دارایی های انسانی است، معمولا آنها را عهده دار مدیریت دانش سازمانی می دانیم، اما اینکه بخش HR (Human Resource) از کجا باید مدیریت دانش را آغاز کند، چهار مرحله دارد که عبارت است از :

۱. ارزیابی وضعیت مدیریت دانش در سازمان
۲. حصول اطمینان از پشتیبانی اجرایی و ارزیابی فرهنگ سازمانی به منظور شناسایی موانع بالقوه
۳. اجرای ممیزی دانش جهت شناسایی دارایی های دانشی به منظور اولویت بندی اقدامات
۴. تعریف استراتژی دانش

با این حال HR با همکاری سایرین و تمرکز روی افراد و نیازمندی های دانشی آن ها، تیم ها و فرآیندهای کاری و همچنین تکنولوژی های پشتیبان باید اقدام به توسعه استراتژی نماید .

۲. مدیریت دانش و پروژه های سازمانی

توسعه کسب و کار و توسعه محصول از طریق پروژه ها و برنامه ها صورت می پذیرد، و بسیاری از سازمان ها خدمات شان را از طریق پروژه ها ارائه می دهند . پروژه ها دانش جدید تولید می کنند، و از دانش موجود و جدید برای کمک به بهبود عملکرد پروژه استفاده می نمایند متخصصین حوزه های دانشی و مدیران پروژه وظیفه دارند که استفاده مجدد از دانش را به منظور بهره وری و کیفیت بالاتر، تضمین کنند. بنابراین مدیریت دانش باید با پروژه های سازمانی و مسئولین پروژه ها در ارتباط نزدیک باشد.

۳. مدیریت دانش و تحقیق و توسعه

بخشی از مسئله این است که مدیریت پروژه به تنهایی موثر نیست. مدیران پروژه نقش خودشان را ایفا می کنند، اما اغلب آن ها فاقد زمان، مهارت و حمایت جهت انجام وظایف مدیریت دانشی خودشان هستند . در بسیاری از سازمان ها، مدیریت دانش در قسمت تحقیق و توسعه قرار می گیرد . این موضوع به این دلیل مطرح می شود که (Reserch and Development) R&D درباره نوآوری است، نوآوری درباره دانش است، و بنابراین مدیریت دانش زیر مجموعه R&D می باشد. برای مثال، این مدل اغلب در صنعت داروسازی مشاهده می شود . با این حال مدیریت دانش چیزی بیش از نوآوری است، و جنبه کاربردی آن را نیز شامل می شود. مدیریت دانش می تواند در خلق نوآوری از طریق فرآیندهایی همچون کسب و کار مبتنی بر

زیرا نیازمندی‌های کاربران را پوشش می‌دهد و این امکان را فراهم می‌کند که کارآمدتر و موثرتر ایفای نقش کنند.

۶. مدیریت دانش و فروش و بازاریابی

فروش و بازاریابی کاملاً با مدیریت دانش مرتبط است. کارکنان فروش نیاز به دانش مشتریان، دانش محصولات، دانش مهارت‌ها و هنر فروش خود دارند. بخش‌های بازاریابی نیز به دانش بازار، دانش رقبا، و دانش هنر نفوذ سازمانی، نیاز دارند. در سازمان‌هایی که قسمت فروش نقش مهمی دارد، مدیریت دانش ممکن است در بخش فروش قرار گیرد، و KM بر ارائه دانش مشتریان و دانش محصولات به افراد تمرکز نماید. مطمئناً مدیریت دانش نقش بزرگی در پشتیبانی فروش ایفا می‌کند، اما لازم است فراتر از یک بخش فروش تنها در نظر گرفته شود. در عوض، KM نیاز به آگاهی از حرکت دانش در سراسر زنجیره تامین داخلی دارد. برای مثال به واحد محصول کمک کند تا دانش محصولات را خلق کنند تا در اختیار بخش فروش قرار داده شود، یا اطمینان حاصل شود که دانش فروش و دانش بازاریابی به R&D و بخش توسعه محصولات منتقل می‌شود. اگر فروش و بازاریابی از اقدامات اصلی سازمان است، آنگاه کل سازمان باید دانش را به این بخش‌ها منتقل کنند، و مدیریت دانش در ایجاد، توسعه و توزیع محصولات کمک می‌کند.

۷. مدیریت دانش و استراتژی

اگر بخواهیم مدیریت دانش بیشترین تأثیر ممکن را داشته باشد، باید دقت ویژه‌ای به استراتژی‌های تدوین شده در این زمینه شود. اتصال مدیریت دانش با پروژه‌ها منجر به خروجی بهتر از پروژه می‌شود، اتصال با فروش، فروش بیشتر و R&D محصولات بهتر را در پی خواهد داشت. اما اگر ثبات بالاتر و سرعت رشد بیشتر کسب و کار در نظر باشد، آنگاه بهترین استراتژی باید تدوین شود تا به این هدف نایل شویم.

مدیریت دانش چگونه با این استراتژی کار می‌کند؟ استراتژی به معنای دانستن نقاط قوت و قابلیت‌های سازمانی و استفاده از فرصت‌های محیطی می‌باشد. مدیریت دانش ترجیحاً باید به ساختار اعمال شود و صلاحیت‌های استراتژیک را گسترش دهد، و همچنین جهت دستیابی به شایستگی‌های استراتژیک جدید به مدیریت دانش نیاز خواهید داشت.

در عوض، استراتژی به مدیریت دانش کمک می‌کند و نقاط مهم برای تمرکز و حرکت را نشان می‌دهد. در یک دنیای ایده‌آل،

یادگیری عملی، و همچنین در کسب و انتشار دانش جدید کسب شده به R&D کمک نماید، و در نهایت منجر به جمع‌آوری و توسعه دانش جدید می‌شود تا تحت عنوان بهترین عملکردها و استانداردها مطرح شوند.

مدیریت دانش با توسعه و استفاده از دانش در سراسر کل سازمان مرتبط است R&D با ارائه مکانیزم‌های کسب و خلق دانش جدید به مدیریت دانش کمک می‌کند، و مدیریت دانش از طریق توسعه و بهبود فرآیندهای کسب و خلق دانش به R&D کمک می‌کند.

۴. مدیریت دانش و واحدهای عملیاتی

واحدهای عملیاتی، در بیشتر شرکت‌های خدماتی و تولیدی، واحدی است که در آن کار انجام می‌شود. بنابراین این نسبتاً یک مدل عمومی برای مدیریت دانش است که به یکی از بخش‌های عملیاتی اصلی گزارش شود تا اطمینان حاصل شود دانش به مشکلات بزرگ کسب‌وکار اعمال شده است، با این هدف که بازگشت سرمایه را افزایش دهد. چرخه یادگیری به راحتی می‌تواند در اقدامات عملیاتی ایجاد شود، برای مثال با یک نقد و بررسی ساده و الگوبرداری، حلقه یادگیری به چرخه گزارشگری عملیاتی متصل می‌شود؛

- DO: کارکنان اقدامات عملیاتی را بر عهده بگیرند.
- Review: کارکنان اقدامات خود را با استفاده از فرآیند تسخیر دانش همچون نگاه به گذشته بررسی می‌کنند.
- Benchmark: کارکنان از انجمن‌ها سوال می‌کنند یا پایگاه دانشی سازمان را بررسی می‌کنند تا عملکردشان را در برابر دیگران مقایسه کنند و فرصت‌های بهبود عملکرد را شناسایی نمایند.
- Learn: کارکنان می‌توانند یک طرح KM توسعه دهند و از کمک همکار یا انجمن‌های خبرگی استفاده کنند تا از دیگر قسمت‌ها یاد بگیرند و از این‌رو عملکردشان را بهبود دهند.

۵. مدیریت دانش و فناوری اطلاعات

IT (Information Technology) توانمند ساز مدیریت دانش است و بنابراین استفاده از دانش را در کسب و کار تقویت می‌کند؛ در واقع ذخیره، بازیابی، و استفاده مجدد از دانش را تسهیل می‌کند. این راه‌حل برای سازمان امکان یادگیری، رشد و تکامل را فراهم می‌کند. زیرا با فرآیندهای سازمانی و عملکردهای فرآیندی هم‌تراز است، همچنین IT علاوه بر پشتیبانی از اقدامات، تمایل و اشتیاق در کاربران ایجاد می‌کند،

واحد مدیریت دانش به مسئول استراتژی گزارش مستقیم می‌دهد و ارتباطات دو طرفه‌ای خواهند داشت.

خلاصه‌ای از آنچه درباره حوزه‌های سازمانی مرتبط با مدیریت دانش و تشریح ارتباط آن‌ها با یکدیگر بیان شد در شکل نمایش داده شده است.



گردآوری: مهدی جانباز

اجتماعی سازی دانش

اجتماعی سازی، همان طور که در شماره قبل و در توصیف مدل نوناکا نیز اشاره شد، به معنای انتقال دانش ضمنی از فردی به دانش ضمنی در فردی دیگر، پایه و اساس این فرآیند، ایجاد گروه‌هایی است که در آنها تعامل و تبادل نظر صورت می‌گیرد و به دنبال آن تجربیات و دیدگاه‌ها به اشتراک گذاشته می‌شوند. در ادامه این بخش، فرآیند اجتماعی سازی و روش‌های آن به دلیل اهمیت این موضوع در مدیریت دانش و ارتباط عمیق آن با فرهنگ سازمانی، با جزئیات بیشتر شرح داده شده است.

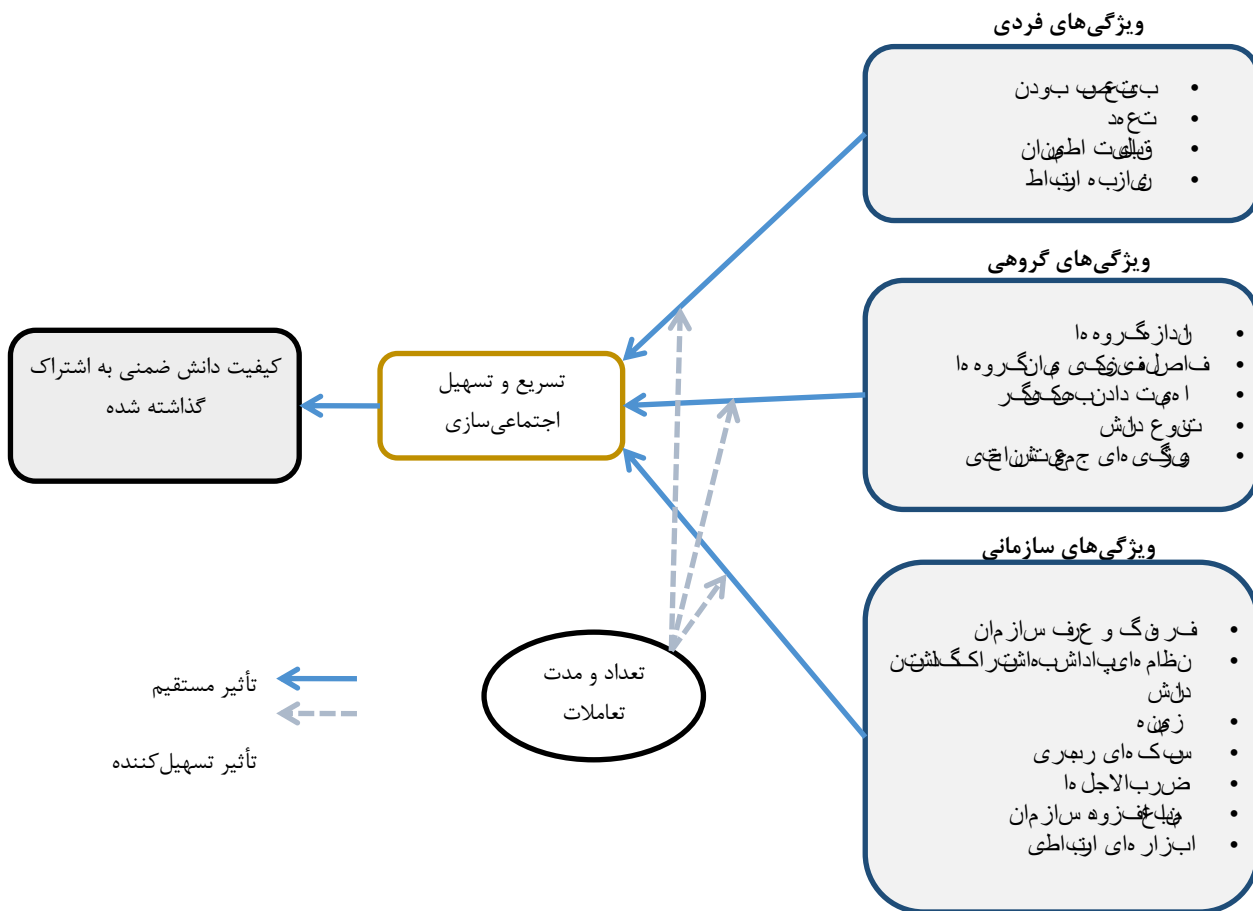
مدل اجتماعی سازی دانش

انتقال دانش ضمنی میان افراد، فرآیندی حساس است زیرا افراد باید روابط مناسب میان یکدیگر شکل دهند و اعتماد متقابل بین آنها وجود داشته باشد تا بتوانند دانش را با دیگران تبادل کنند. همچنین دانشی که قرار است منتقل شود باید پشتوانه‌ای از داده‌ها و واقعیت‌ها داشته باشد تا پذیرفته شود.

اجتماعی سازی تنها مختص افراد جدیدی که وارد سازمان می‌شوند نیست و به معنای انتقال دانش ضمنی برخی از اعضای سازمان به برخی اعضای دیگر است. طبق یک تعریف، اجتماعی سازی سازمانی عبارت است از وفق پیدا کردن کارکنان به کار و نقش جدید خود و همچنین به فرهنگ محیط کاری.

در مدل اجتماعی سازی دانش که در شکل ۱-۲ نشان داده شده است، سه دسته از عوامل فردی، گروهی و سازمانی بر تسریع و تسهیل اجتماعی سازی دانش تاثیر می‌گذارند که منجر به اشتراک گذاری دانش ضمنی می‌شود. در این فرآیند، کیفیت دانش منتقل شده از اهمیت زیادی برخوردار است. به عبارتی، تنها انتقال دانش میان افراد کافی نیست بلکه این دانش باید دارای کیفیت بالا و مرتبط با نیازها و اهداف سازمان باشد. مثلاً یکی از موارد اجتماعی سازی برنامه آشنا کردن افراد جدید با ابعاد مختلف سازمان است. هرچه اطلاعات و دانش ارائه شده به افراد جدید، مفیدتر باشد این فرآیند کارآمدتر است. انتقال برخی اطلاعات تخصصی تر مستلزم گذشت زمان و جا افتادن بیشتر فرد در سازمان است. اگر این اطلاعات در بدو ورود ارائه شود تنها باعث اتلاف وقت و هزینه برای سازمان است. به عبارتی، کسب تخصص زمان بر است و این مسأله باید در فرآیند اجتماعی سازی مدنظر قرار گیرد. در مقابل، اجتماعی سازی کند نیز مشکلاتی را ایجاد می‌کند. مثلاً اگر فردی وارد سازمانی جدید شود و تا مدت‌ها آشنایی لازم با محیط و کار حاصل نکند یا آموزش‌های لازم و مرتبط به او داده نشود باعث نارضایتی و حتی ترک شغل می‌شود [۱]. گرایش سازمان به تشکیل تیم‌های کاری به عنوان یکی از اصول اساسی کیفیت مطرح است. کار تیمی به عنوان روشی برای تماس و ارتباط بیشتر کارکنان در نظر گرفته می‌شود. سازمان‌هایی که به انتقال و خلق دانش در سازمان تمایل دارند باید به تشکیل تیم‌ها و گروه‌های کاری بپردازند. ایجاد تیم‌ها، انتقال دانش را تسهیل می‌کند زیرا تشکیل تیم‌ها فرصتی مناسب برای به اشتراک گذاشتن تجارب و دانش افراد است و به انتقال و خلق دانش منجر می‌شود. همچنین، تصمیمات سازمان باید توسط مطلع‌ترین افراد سازمان اتخاذ شود. گاه افراد دانش مورد نیاز را در ذهن خود محبوس کرده و منتقل نمی‌کنند. برای اجتناب از این مسأله باید به کارکنان حق تصمیم‌گیری و استقلال رأی داده شود تا دانش خود را بروز دهند و دانش در سازمان انتقال یابد. احساس استقلال کارکنان از عوامل کیفی تأثیرگذار بر انتقال و خلق دانش است.

این مدل در شکل ۱-۲ دیده می‌شود.



شکل ۱-۲: عوامل تأثیرگذار بر اجتماعی سازی

عوامل گوناگونی بر اجتماعی سازی تأثیر دارند که می توان آنها را در سه دسته کلی جای داد:

ویژگی های فردی افراد درون سازمان: بی تعصب بودن، تعهد، قابلیت اطمینان، نیاز به ارتباط.

بی تعصب بودن: بی تعصب بودن بر شیوه ای که افراد با افکار و دانش دیگران مواجه می شوند تأثیرگذار است. این ویژگی باعث می شود دیگر اعضای گروه در بیان دیدگاه های خود آزادانه تر عمل کنند و ارزش دانش دیگران را بدانند. بی تعصب بودن، کلافگی را در بیان دانش ضمنی برای افراد کم می کند. بیان دانش ضمنی در شرایطی که فرد در پذیرش اعمال یا افکار خود از سوی دیگران تردید دارد بسیار هزینه بر می شود. همچنین از دیدگاه دریافت کننده دانش نیز، هرچه فرد بی تعصب تر باشد در جذب دانش ضمنی دیگران فعال تر است و از تجربیات و روش ها و افکار جدید استقبال می کند و به راحتی آنها را نادیده نمی گیرد.

تعهد: تعهد و پیوندی که افراد با سازمان خود حس می کنند، تمایل آنها را برای به اشتراک گذاشتن دانش ضمنی افزایش می دهد. تعهد، حس رقابت را میان همکاران کاهش می دهد و در عوض تمایل آنها به کمک کردن به یکدیگر بیشتر می شود. بنابراین تمایل افراد برای مخفی کردن بزرگترین قدرت رقابتی خود، یعنی دانش ضمنی را کاهش می دهد. افراد از نظر روانی احساس امنیت کرده و به راحتی با یکدیگر تعامل می کنند که این امر اجتماعی سازی را تسهیل می کند.

قابلیت اطمینان: قابلیت اطمینان یعنی دیدگاه افراد نسبت به دقت و صحت دانش دیگر اعضای سازمان. بدون اطمینان، فرد به کارهای دیگران توجه نمی‌کند که این امر مانع تمایل افراد به درخواست کمک و برقراری ارتباط اجتماعی با دیگران می‌شود.

نیاز به ارتباط: افرادی که نیازهای ارتباطی بالا دارند تمایل دارند با دیگران تعامل کنند که این امر اجتماعی‌سازی را تسهیل می‌کند. تعاملاتی مانند نهار خوردن با همکاران می‌تواند این نیاز را برآورده کند.

ویژگی‌های گروهی درون سازمان: اندازه گروه‌ها، فاصله فیزیکی میان گروه‌ها، اهمیت دادن به یکدیگر، تنوع دانش، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی.

اندازه گروه‌ها: بزرگ شدن اندازه گروه باعث ناچیز شدن تأثیر مشارکت افراد در به اشتراک‌گذاشتن دانش می‌شود. به عبارتی، اندازه گروه، با ارتباطات غیررسمی، که جزء مهمی از اجتماعی‌سازی است ارتباط معکوسی دارد. در گروهی کوچک در مقابل یک گروه بزرگ، افراد راحت‌تر می‌توانند روابط نزدیک برقرار کنند. در یک شبکه ارتباطی، اندازه گروه رابطه معکوسی با استحکام رابطه دارد. علت این امر آن است که افراد از نظر زمان و توانی که صرف برقراری رابطه می‌کنند محدودیت دارند. افرادی که رابطه محکم‌تری با هم دارند سریع‌تر و آسان‌تر می‌توانند دانش ضمنی را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. در یک گروه کوچک، تعاملات میان افراد بیشتر است. برگزاری جلسات منظم رسمی و غیررسمی بین اعضای یک گروه و همچنین بین گروه‌های مختلف برای به اشتراک‌گذاشتن دانش و ایجاد تعامل اهمیت دارد و به ایجاد حس تعلق به گروه نیز کمک می‌کند. همچنین برگزاری جلسات هفتگی یا ماهیانه میان همه اعضای سازمان نیز مهم است تا جهت‌گیری کلی سازمان و ارتباط بخش‌های مختلف با هم مشخص شود. افراد در جلسات می‌توانند یافته‌های جدید خود را به اشتراک بگذارند.

فاصله فیزیکی میان گروه‌ها: فاصله میان گروه‌ها اهمیتی حیاتی در تسریع و تسهیل اجتماعی‌سازی دارد، زیرا اجتماعی‌سازی نتیجه تعاملات رودررو است.

اهمیت دادن به یکدیگر: اهمیت دادن گروه‌ها به یکدیگر باعث افزایش اعتماد متقابل، همدلی فعال، مدارا در قضاوت کردن و شجاعت می‌شود. توجه و اهمیت به یکدیگر باعث ایجاد پیوندهای محکم بین افراد، افزایش و بهبود تعاملات و ایجاد درک مشترک و تفاهم می‌شود که در نهایت اجتماعی‌سازی را تسریع و تسهیل می‌کند.

تنوع دانش: تنوع دانش افراد گروه می‌تواند تأثیری منفی بر اجتماعی‌سازی داشته باشد زیرا افراد با دانش متنوع به زمان بیشتری برای تبدیل دانش ضمنی خود به افراد دیگری که با موضوع کاملاً بیگانه هستند، نیاز دارند. به علاوه، بسته به تنوع دانش یک گروه، هر فردی ظرفیت جذب متفاوتی برای دانش دارد و این خود بر سرعت و میزان آشنا شدن با علایق دیگران و ورود به یک گفتگوی دوطرفه تأثیرگذار است. به عنوان مثال، اجتماعی‌سازی بین یک پزشک و یک وکیل بسیار زمان‌برتر از اجتماعی‌سازی بین دو پزشک است، به دلیل تفاوت در علایق، زمینه علمی و موارد دیگر.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: عدم تشابه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی یک فرد (مانند جنسیت، نژاد، قومیت، سن) مانع یکپارچگی اجتماعی فرد در گروه می‌شود. گاه به افرادی که با گروه متفاوت هستند ویژگی‌های کلیشه‌ای خاصی نسبت داده می‌شود که می‌تواند به عدم حمایت اجتماعی از آنها منجر شود. به عنوان مثال، اجتماعی‌سازی بین دو ایرانی آسان‌تر از اجتماعی‌سازی بین یک ایرانی و یک اروپایی است. در نتیجه، این تفاوت‌ها اجتماعی‌سازی را کند و مشکل می‌کنند.

ویژگی‌های سازمانی: فرهنگ و عرف سازمان، نظام‌های پاداش به اشتراک‌گذاشتن دانش، زمینه، سبک‌های رهبری، ضرب‌الاجل‌ها، منابع افزوده سازمان، ابزارهای ارتباطی.

فرهنگ و عرف سازمان: اجتماعی سازی امری فرهنگی است زیرا شامل انتقال ارزش ها و اطلاعات است. فرهنگ

سازمانی یعنی مجموعه قواعد کلی حاکم بر سازمان، استانداردهای مشترک، عقاید، تعریف رفتارها و آداب مناسب، عادات سازمانی، رویه ها و عرف حاکم بر سازمان. فرهنگ سازمانی بسته به اینکه تعاملات بین افراد را تشویق کند یا نه می تواند تأثیری مثبت یا منفی بر فرآیند اجتماعی سازی داشته باشد. فرهنگ سازمانی که جلسات رسمی و غیررسمی و همکاری را میان افراد و گروه ها تشویق می کند و از رقابت منفی در سازمان جلوگیری می کند، باعث تسریع و تسهیل اجتماعی سازی می شود.

نظام های پاداش به اشتراک گذاشتن دانش: نظام های پاداش بر اساس ارزش های سازمان تشکیل می شوند و برای

شکل دادن به رفتارهای افراد بکار می روند. پاداش های سازمان نباید تنها برای تشویق افراد به خلق دانش باشد بلکه تبادل اطلاعات و به اشتراک گذاشتن دانش نیز باید مورد توجه قرار گیرد. نظام های پاداش می توانند به عنوان ابزاری برای بهبود تعاملات فردی و در نتیجه تسریع اجتماعی سازی استفاده شوند. به اشتراک گذاشتن دانش باید با پاداش همراه باشد و جزء فعالیت های محسوس و ملموس و تعریف شده سازمان باشد و افراد حس نکنند کار اضافی انجام می دهند که دیده نمی شود. زیرا افراد به دنبال انجام کارهایی هستند که در بهره وری آنها مؤثر است. اگر کارکنان احساس کنند زمانی را که صرف به اشتراک گذاشتن دانش می کنند به هدر رفته و پاداشی مادی یا معنوی در ازای آن دریافت نکرده اند، از انجام این کار صرف نظر می کنند.

زمینه: منظور از زمینه، فضای مشترک فیزیکی، مجازی و ذهنی برای شکل گیری روابط است. جایی که افراد با یکدیگر

روبه رو می شوند، احساسات، تجربیات و مدل های ذهنی خود را به اشتراک می گذارند، همان جایی است که اجتماعی سازی در آن صورت می گیرد. هرچه این فضا برای به اشتراک گذاشتن میزان زیادی دانش ضمنی مناسب تر باشد سرعت اجتماعی سازی بیشتر خواهد بود. به عنوان مثال، امکانات دانشی درون سازمان فضایی توانمندساز را برای خلق دانش ایجاد می کنند. نمونه هایی از این امکانات عبارتند از: برنامه های سیاحتی دانش، بازی های دانشی و کافه دانش که در آن افراد می توانند دور هم جمع شده، به طور غیررسمی با هم آشنا شوند و تعامل کنند. همچنین طراحی فضای فیزیکی سازمان به گونه ای که به اشتراک گذاری دانش تسهیل شود به اجتماعی سازی کمک می کند. مثلاً دیوارهای کمتر در سازمان، فضای بازتر و ایجاد فضاهای مناسب گرد هم آمدن اجتماعی سازی را تسهیل می کند.

سبک های رهبری: سبک های رهبری با ایجاد چشم انداز دانشی، بهبود خلق و به اشتراک گذاشتن دانش و ایجاد و

بهبود زمینه انتقال دانش ضمنی، می توانند بر اجتماعی سازی تأثیر بسزایی داشته باشند. به علاوه، رفتار رهبران تأثیر زیادی بر دیدگاه کارمندان نسبت به عدالت، تعهد و اعتماد دارد که همه این موارد مشوق هایی برای اجتماعی سازی هستند. در نتیجه ویژگی های رهبری، بر اجتماعی سازی تأثیر زیادی دارند.

ضرب الاجل ها: فشار حاصل از ضرب الاجل ها عامل دیگری است که بر اجتماعی سازی تأثیرگذار است. زمان بندی و

همچنین اهمیت رویدادها، تأثیر عمیقی بر تغییر ساختار دارد. وقتی افراد احساس می کنند از نظر زمانی تحت فشار هستند به دنبال راه حل های بهتر برای انجام کارها می روند و این امر باعث کمک خواستن از همکاران، تعاملات بیشتر و در نهایت تسریع اجتماعی سازی می شود.

منابع افزوده سازمان: منابع افزوده منابعی هستند که بیش از حداقل مورد نیاز سازمان برای رسیدن به بهره وری مورد

انتظار هستند. یکی از این منابع، زمان است. برای فراهم کردن امکان اجتماعی سازی و ایجاد درکی مشترک، افراد باید زمان اضافه و کافی داشته باشند تا بتوانند جلسات رسمی و غیررسمی برای برقراری تعامل با یکدیگر برگزار کنند. نوعی دیگر از منابع افزوده، افزونگی اطلاعات است که به افراد کمک می کند منظور یکدیگر را درک کنند. راهنمایی هایی که افراد به یکدیگر

می‌کنند یا بررسی مسائل از دیدگاه‌های مختلف، از این دست است. منابع افزوده سازمان از طریق افزایش تعاملات باعث تسهیل اجتماعی سازی می‌شود.

ابزارهای ارتباطی: منظور از این ابزارها زبان کلامی و زبان بدن است. این دو تسهیل‌کننده تعاملات اجتماعی هستند. افراد با کسانی که زبان مشترک دارند و همچنین زبان بدن آنها را می‌توانند در فضای سازمانی درک کنند راحت‌تر و بهتر ارتباط برقرار می‌کنند.

علاوه بر موارد ذکر شده، عاملی که بر هر سه دسته عوامل ذکر شده تأثیر دارد تعداد و مدت تعاملات است. تعداد زیاد تعاملات، به ویژه برای اجتماعی سازی افراد تازه وارد از اهمیت زیادی برخوردار است. همچنین مدت مناسب هر تعامل به افراد کمک می‌کند تا فرصت کافی برای بیان دیدگاه‌ها و تجربیات خود داشته باشند. در واقع، در انتقال دانش ضمنی، هم تنوع و گستردگی دانش مهم است و هم عمق آن. باید تعادلی بین این دو برقرار شود تا هم دانش زیادی رد و بدل شود و هم این تبادل به صورت عمیق انجام شود.

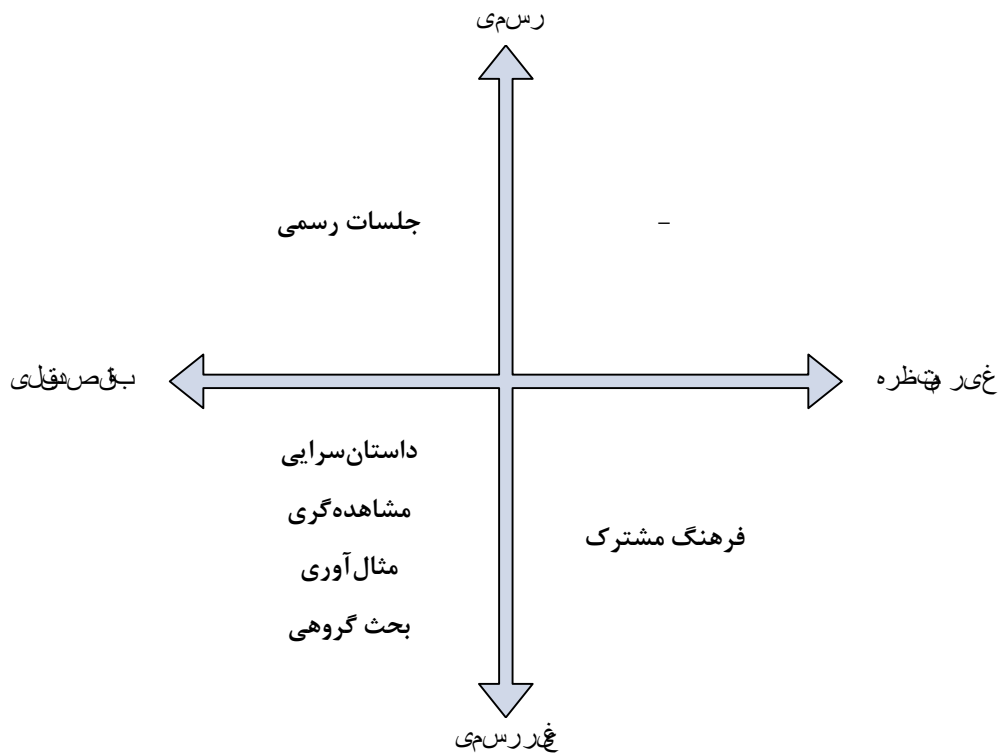
روش‌های کاربردی تبدیل دانش ضمنی به ضمنی

در جدول ۱-۲ روش‌های تبدیل دانش ضمنی به ضمنی در دو سطح فردی و بین فردی آورده شده است. همچنین مشکلات احتمالی مربوط نیز در حاشیه جدول قابل مشاهده است.

جدول ۱-۲: روش‌های کاربردی تبدیل دانش ضمنی به ضمنی

مشکلات احتمالی	سطح شخصی (گیرنده فعال و فرستنده غیرفعال)	سطح بین شخصی (هر دو فرستنده و گیرنده فعال)	روش‌ها فرآیند
<ul style="list-style-type: none"> - نبود زبان مشترک - فاصله - دانش ضمنی به عنوان منبع قابل اطمینان درک نمی‌شود. 	<ul style="list-style-type: none"> - یادگیری از طریق مشاهده - یادگیری از طریق مثال 	<ul style="list-style-type: none"> - شعور متعارف - چشم‌انداز و فرهنگ مشترک - داستان‌سرایی - مربی‌گری 	تبادل دانش ضمنی به ضمنی
<ul style="list-style-type: none"> مشکلات سازمانی: - عدم وجود ظرفیت جذب و حفظ - ابهام علی - زمان - فقدان انگیزه 		<ul style="list-style-type: none"> - فقدان ارزش برای بینش یک فرد - ناآگاهی از دانش خود - عدم تمایل به تسهیم مزیت رقابتی - ابقاء دانش فردی 	مشکلات احتمالی

این روش‌ها را می‌توان براساس درجه رسمیت و هدفمندی آن‌ها به شرح شکل ۲-۲ تقسیم‌بندی کرد.



شکل ۲-۲: دسته‌بندی روش‌های کاربردی تبدیل دانش ضمنی به ضمنی

مباحثه گروهی

این روش یکی از روش‌های عمومی برای اجتماعی‌سازی دانش است که در گروه‌های کاری و جلسات (رسمی و غیررسمی) به تبادل دانش چگونگی، تجربه، بینش و ایده‌ها میان افراد کمک می‌کند. این روش را بهتر است زمانی انتخاب نمود که محیط سازمان باز بوده و شرایط کاری آرام و به دور از تنش باشد. از طریق این روش، می‌توان دانش ضمنی را ادغام نمود و افراد متفاوت را در این فرآیند درگیر کرد. اما بایستی توجه داشت که زمینه فکری مشارکت‌کنندگان در مباحثه نیز باید در نظر گرفته شود؛ زیرا وجود زمینه‌ها و تجربه‌های متفاوت افراد می‌تواند باعث شکست تبدیل دانش ضمنی شود.

یکی از راه‌هایی که می‌توان مباحثه میان کارکنان را گسترش داد، تشکیل تیم‌های کاری است که به عنوان یکی از اصول اساسی کیفیت مطرح است. کار تیمی به عنوان روشی برای تماس و ارتباط بیشتر کارکنان در نظر گرفته می‌شود. سازمان‌هایی که به انتقال و خلق دانش در سازمان تمایل دارند باید به تشکیل تیم‌ها و گروه‌های کاری بپردازند. ایجاد تیم‌ها انتقال دانش را تسهیل می‌کند. زیرا تشکیل تیم‌ها فرصتی مناسب برای به اشتراک گذاشتن تجارب و دانش افراد است و به انتقال و خلق دانش منجر می‌شود.

یادگیری از طریق مشاهده‌گری و مثال‌آوری

مشاهده رفتار فردی دیگر، در هنگامی که وی در حال بکارگیری دانش خود در موقعیت‌های روزمره است، منبع یادگیری دانش ضمنی است. در این مورد، یادگیری غیررسمی اتفاق می‌افتد که در آن دانش در یک شرایط از پیش تعریف‌شده،

مبادله نمی‌شود. همچنین یادگیری از طریق مثال به عنوان «ادراک کردن، تأمل کردن و تقلید کردن دستورالعمل‌های موجود» تعریف می‌شود و زمانی اتفاق می‌افتد که فرد در سازمان از مثال‌هایی که به وسیله دیگران نقل شده است، برای ترکیب دانش ضمنی دیگران در دانش خود استفاده نماید.

داستان‌سرایي

داستان‌سرایي به عنوان یکی از تکنیک‌های مؤثر و تأثیرگذار در نظر گرفته شده و به‌طور گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش، روشی متعالی برای گردآوری، کدگذاری و تبدیل دانش ضمنی است. یک داستان سازمانی را می‌توان به عنوان «روایت تفصیلی اقدامات مدیریت قبلی، تعاملات کارکنان و یا دیگر وقایع کلیدی که اتفاق افتاده و با آن‌ها به صورت غیرمستقیم ارتباط برقرار شده است» تعریف کرد. از این داستان‌ها می‌توان برای انتقال دانش و خرد و شکل دادن به هویت سازمانی استفاده کرد. داستان‌ها برای این‌که در این فرآیند انتقال موفق باشند، نیاز دارند که معتبر، قابل باور، قابل توجه و دارای وضوح کافی باشند. نقش داستان‌سرایي را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- به اشتراک‌گذاری هنجارها و ارزش‌ها
- توسعه اعتماد و تعهد
- به اشتراک‌گذاری دانش ضمنی
- تسهیل یادگیری
- ایجاد ارتباط عاطفی
- شعور متعارف و چشم‌انداز مشترک در گروه

تبادل دانش ضمنی می‌تواند از طریق ایجاد چشم‌انداز مشترک میسر شود. اگر این چشم‌انداز مشترک از طریق شعور متعارف قابل حصول باشد و نیازی به بیرونی‌سازی آن نباشد و هر فردی به‌طور انفرادی به آن پی ببرد، آن‌گاه آن را می‌توان به عنوان «انتقال دانش ضمنی از طریق تجربه جمعی و ایجاد درک مشترک» تعریف کرد. همچنین اگر چشم‌انداز مشترک از طریق اجماع جمعی به دست آید، شکل ضمنی خود را حفظ می‌کند و از آن می‌توان برای تبادل دانش ضمنی استفاده نمود.

مربی‌گری

این روش، دانش ضمنی را از طریق یادگیری غیررسمی انتقال می‌دهد. مربی و یا متخصص بر تجربه خود در چندین زمینه تکیه می‌کند که به او اجازه می‌دهد تا الگوها را تشخیص داده و اطلاعات مرتبط را انتخاب کند. مربی، مهارت‌ها را انتقال داده و به صورت مشخص‌تر مهارت‌های فنی را به‌طور غیررسمی منتقل می‌کند. همچنین فرهنگ سازمانی، شامل زبان شرکت و ارزش‌های آن، نیز از طریق مربی‌گری به سرعت قابل انتقال است. این روش برای انتقال مهارت‌های دشوار و پیچیده بسیار مناسب است.

برنامه‌آشناسازی افراد جدید

یکی از دیگر روش‌های اجتماعی‌سازی دانش، برنامه‌آشنا کردن افراد جدید با ابعاد مختلف سازمان است. هرچه اطلاعات و دانش ارائه شده به افراد جدید، مفیدتر باشد این فرآیند کارآمدتر است. انتقال برخی اطلاعات تخصصی‌تر مستلزم گذشت زمان و جابجایی افراد بیشتر فرد در سازمان است. اگر این اطلاعات در بدو ورود ارائه شود تنها باعث اتلاف وقت و هزینه برای سازمان است. به عبارتی، کسب تخصص زمان‌بر است و این مسأله باید در فرآیند اجتماعی‌سازی مدنظر قرار گیرد. در مقابل، اجتماعی‌سازی کند نیز مشکلاتی را ایجاد می‌کند. مثلاً اگر فردی وارد سازمانی جدید شود و تا مدت‌ها آشنایی لازم با محیط و کار حاصل نکند یا

آموزش‌های لازم و مرتبط به او داده نشود باعث نارضایتی و حتی ترک شغل می‌شود. انواع فنون جامعه‌پذیری در جدول ۲-۲ آورده شده است.

جدول ۲-۲: انواع فنون جامعه‌پذیری

شرح	انواع فنون
اجرای فرآیند اجتماعی شده به صورت فردی و جدا از دیگران یا به صورت جمعی و گروهی از مستخدمان	جامعه‌پذیری جمعی یا فردی
آموختن تجربه ویژه‌ای به صورت جدا از اعضای رسمی سازمان یا جدا نبودن از کارکنان رسمی سازمان	رسمی یا غیررسمی
برنامه جامعه‌پذیری با گام‌های متوالی و مشخص یا اقدامات با توالی ناشناخته، مبهم و در حال تغییر	مستمر یا تصادفی
مشخص و دقیق بودن زمان فرآیند جامعه‌پذیری یا متغیر بودن آن	ثابت یا متغیر
الگو بودن اعضای با تجربه سازمان و یا نبودن این الگوها	پیوسته یا گسسته

یکی از راه‌های اجتماعی‌سازی تعامل نمادین است. در این فرآیند، از تعاملات کلامی و اجتماعی، معنایی برداشت می‌شود و از طریق تفسیرهای گوناگون تغییر داده می‌شود. روابط بین افراد بستگی به تفسیر و تعبیری دارد که از اعمال و گفتار یکدیگر دارند. زبان، زبان بدن و همچنین استفاده از تشبیه و استعاره از ابزارهای تعامل هستند. محیطی که تعامل در آن صورت می‌گیرد نیز اهمیت بسیاری در برقراری تعاملات دارد.

مرکز مطالعات و بررسی‌های راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی

موج سوم

پرونده ویژه



بررسی تعاریف دانش و مفاهیم مرتبط با دانش

باتوجه به کاربرد واژه های دانش و مدیریت دانش و وجود برداشت های متعدد از این دو واژه، تصمیم گرفته شد، قبل از ورود به جزئیات مدل های مدیریت دانش، در این شماره، تعاریف دانش و مفاهیم مرتبط با آن به عنوان مضامین تکرار شونده در مبحث مدیریت دانش، مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

۱- تعاریف دانش

برای مفهوم دانش تعاریف مختلفی ارائه شده که هر یک بیان گر نوع نگاه و نگرش خاص ارائه دهنده این تعریف بوده است. در ادامه نمونه هایی از تعاریف ارائه شده درباره دانش مورد بررسی قرار خواهد گرفت:

الف: دانش، مجموعه ای از نگرش ها، تجربیات و مراحل است که به صورت درست و صحیح، کنار یکدیگر قرار گرفته اند و راهنمای مناسبی برای افکار، رفتارها و ارتباطات می باشد (روم، ون درایک، اسپیکروت، ۲۰۰۷).

ب: دانش، اطلاعاتی ساخت یافته و تحلیلی است که برای حل مساله و تصمیم گیری مورد استفاده قرار می گیرد (حبیبی، ۱۳۸۸).

پ: دانش شامل حقایق و باورها، مفاهیم و اندیشه ها، قضاوت ها، انتظارات و متدولوژی (روش شناسی) علم اصول و نحوه انجام فنون است (حبیبی، ۱۳۸۸).

ت: فرهنگ لغت اکسفورد (۲۰۰۰) دانش را چنین توصیف می کند: اطلاعات، فهم و مهارت هایی که شما از طریق آموزش یا تجربه به دست می آورید. فرهنگ لغت و بستر (۲۰۰۰) دانش را واقعیت یا حالت دانستن بعضی چیزها یا مهارت هایی که با تجربه یا تداعی حاصل می شود، تعریف کرده است (عدلی، ۱۳۸۴).

ث: آلی ۱ دانش را این گونه تعریف کرده است: دانش، تجربه یا اطلاعاتی است که می تواند به دیگران منتقل شود و یا با آنها تسهیم گردد. هر چند که او به تجربه اشاره می کند، لیکن تاکید او بر اطلاعاتی است که می توتن آن را تسهیم نمود و توجهی به باورها ندارد (فایرستون و الروی، ۲۰۰۳).

ج: چرچمن ۲، نوناکا ۳ و تاکه اوچی ۴ (۲۰۰۰) اظهار می کنند "تصور دانش به عنوان اطلاعات، ربودن مفهوم از همه زندگی آن است." دانش بر خلاف اطلاعات، ریشه در اعتقادات و تعهدات داشته و در بافت ذهنی کاربر قرار دارد که بر اساس آن عمل می کند. فقط انسان است، که می تواند در خلق دانش، نقش مرکزی به عهده داشته باشد و کامپیوترها صرفاً ابزاری با توانایی پردازش شگرف هستند. (عدلی، ۱۳۸۴).

چ: دانش، ترکیبی منعطف و قابل تبدیل از تجارب، ارزش ها، اطلاعات زمینه ای و تفکر حرفه ای است که چارچوبی را برای ارزیابی و ارائه تجربیات و اطلاعات جدید فراهم می کند (داونپورت و پروساک، ۱۹۹۸).

¹ Allee

² Charles West Churchman

³ Nonaka

⁴ Takeuchi

⁵ Davenport & Prusak

ح: نوروزیان معتقد است دانش شامل افکار، پندارها و فهمیدن درس های آموخته شده در طول زمان است. دانش فهمیده می شود و فرد آن را از طریق تجربه، استدلال، بصیرت، یادگیری، خواندن و شنیدن بدست می آورد. هنگامی که دیگران، دانش خود را با افراد تسهیم می کنند، دانش گسترش می یابد و هنگامی که دانش فرد با دانش دیگران ترکیب می شود، دانش جدیدی به وجود می آید. دانش، ماهیتی فردی دارد؛ زیرا با ارزش ها و باورهای افراد و ادراک آنها از جهان و دیگران در ارتباط متقابل قرار دارد. بعلاوه، دانش در بافت و زمینه روابط بین فردی ظاهر می شود (معماری، ۱۳۸۷).

خ: دانش، درک بدست آمده از تجربه، یا به عبارت بهتر، ترکیبی از تجربیات، ارزش ها و اطلاعات می باشد که چارچوبی برای ارزیابی و تحلیل اطلاعات ایجاد می کنند (نفیسی، ۱۳۸۸).

د: دانش، چکیده ای از یک فرایند یادگیری یا به عبارتی اطلاعاتی که در عمل به کار گرفته شده است، می باشد. دانش قابلیت را دارد که داده و اطلاعات به نوعی فاقد آن هستند و آن قابلیت حل مسأله است. با این تعریف، هر جا یادگیری رخ دهد، می توان انتظار داشت دانش به شکلی حضور داشته است (اخگر، جهانیان، ۱۳۸۹).

ذ: دانش ابزار مورد نیاز را برای تحلیل و درک داده و اطلاعات فراهم کرده و باعث به وجود آمدن رابطه علی و معلولی در مورد حوادث و کنش ها می شود و اصولی را فراهم می آورد تا بتوان افکار و کنش ها را به طور معناداری هدایت کرد (سیف اللهی، داوری، ۱۳۸۹).

ر: در یک نوع تعریف دانش، دانش از دو دیدگاه مورد بحث قرار می گیرد: دیدگاه معرفت شناسی عینیت گرا و عمل گرا درباره دانش (سیف اللهی، داوری، ۱۳۸۹).

دیدگاه عینیت گرا: در این دیدگاه دانش به عنوان شی/کالا مطرح است که افراد آن را در اختیار دارند، اما این دانش می تواند مستقل از افراد نیز بصورت قابل تدوین وجود داشته باشد. چنین دانشی می تواند در اشکال مختلف از قبیل اسناد، نمودارها، سیستم های کامپیوتری یا در مصنوعات فیزیکی از قبیل دستگاه ها و یا ابزارها وجود داشته باشد.

دیدگاه عمل گرا: دیدگاه عمل گرا تجسم دانش را به عنوان شی قابل تدوین نمی داند بلکه تاکید می کند که آن را باید در درون عمل (کار) و به صورت جدا نشدنی از عمل قرار داد. کوک وبران (۱۹۹۹) نام این دیدگاه را معرفت شناسی عمل گرا نامیدند که ناشی از محوریت و مرکزیت فعالیت انسان در مفهوم دانش است.

جدول ۱-۱- مقایسه دو دیدگاه معرفت شناسی عینیت گرا و عمل گرا

معرفت شناسی عمل گرا	معرفت شناسی عینیت گرا
<ul style="list-style-type: none"> • دانش در عمل عجین شده است. • دانستن / انجام دادن غیر قابل جدا شدن هستند. • دانش در افراد متجسم است. • دانش از لحاظ اجتماعی ساختارمند است. • دانش قابل بحث است. • دانش از لحاظ فرهنگی ریشه دار است. • دانش صریح و ضمنی غیر قابل جدا شدن بوده و ساختار دوطرفه دارد. • دانش چند بعدی است. 	<ul style="list-style-type: none"> • دانش از یک فرایند عقلی سرچشمه می گیرد. • دانش موضوع قابل تجسم نیست. • دانش واقعیت های عینی است. • دانش صریح (عینی) بر دانش ضمنی برتری دارد. • طبقه بندی های متمایز دانش

ز: کارل سویبی ۶ یکی از مشاوران مطرح در زمینه مدیریت دانش، معتقد است، دانش پژوهانی که تلاش می کنند دانش را تعریف کنند به دو گروه تقسیم می شوند: (مخملی، ۱۳۸۴).

گروه اول به جمعیت دانش - شی ۷ معروفند و دانش را برحسب نظریه اطلاعات ۸ تعریف می کند و اعتقاد دارند که دانش، اطلاعات مدار است و از طریق مدیریت اطلاعات تولید می شود.

گروه دوم را سویبی با عنوان گروه دانش - فرایند ۹ معرفی می کند. این دو گروه، دانش را بر حسب فلسفه، روان شناسی و جامعه شناسی تعریف می کنند.

جدول ۱-۲ تفاوت های تعاریف دانش - شیء و دانش - فرایند را نشان می دهد. این دو بخش از دانش در حوزه های مختلف وجود دارد و مدیران دانش باید ابتدا بررسی کنند سازمان به کدام بخش از دانش، نیاز دارد و مخاطبان نیز متقاضی کدام قسمت از دانش هستند.

جدول ۱-۲- تفاوت های دانش - شیء و دانش - فرایند

دانش - فرایند	دانش - شیء
<ul style="list-style-type: none"> • دانش ضمنی، تجربه، دانش چگونگی و رویه ها • فلسفه، روان شناسی و جامعه شناسی • کارآموزی، آموزش و یادگیری 	<ul style="list-style-type: none"> • داده ها، اطلاعات ساختار یافته و غیر ساختار یافته هستند • نظریه اطلاعات • مدیریت اطلاعات

⁶ Karl Sveiby

⁷ Knowledge-Object

⁸ Information-Theory

⁹ Knowledge-Process

دانش مبتنی بر اطلاعات را به سرعت می توان شناسایی نمود و این نوع دانش نیز در حوزه ها و عناصر کلیدی زیر وجود دارد:

- ❖ داده ها
- ❖ اطلاعات
- ❖ اسناد
- ❖ متن
- ❖ اشکال / نمودارها
- ❖ پیام ها و پست الکترونیکی
- ❖ اطلاعات موجود در شبکه اینترنت

دانش قائم بر فرایند، کمتر مشهود است اما می توان آن را در قلمروهای مختلف ذیل جستجو نمود :

- ❖ منابع انسانی (کارکنان، شرکا و مشتریان)
- ❖ فرایندهای کسب و کار

محیط های کسب و کار

- ❖ برنامه های آموزشی و کارآموزی
- ❖ رایزنی و مربی گری
- ❖ تعامل تیمی
- ❖ گردهمایی غیررسمی

۲- مفاهیم مرتبط با دانش

عبارت های مختلفی مرتبط با دانش به شرح جدول ۱- ۲ بیان شده است. اما این عبارت به این جا ختم نمی شود و جالب این که این فهرست روز به روز در حال گسترش است. لذا به اذعان صاحب نظران این حوزه، تعریف دانش و مدیریت دانش کاری دشوار است. اما مسأله مفهوم دانش و مفاهیم مرتبط با آن، از این هم پیچیده تر است. تمثیل "فیل در تاریک خانه" از مولانا، به خوبی گویای این مسأله است :

پیل اندر خانه تاریک بود	عرضه را آورده بودندش هنود
از برای دیدنش مردم بسی	اندر آن ظلمت همی شد هر کسی
دیدنش با چشم چون ممکن نبود	اندر آن تاریکی اش کف می بسود
آن یکی را کف به خرطوم او فتاد	گفت همچون ناودان است این نهاد
آن یکی را دست بر گوشش رسید	آن برو چون باد بیزن شد پدید
آن یکی بر پشت او بنهاد دست	گفت خود این پیل چون تختی بدست
هم چنین هر یک به جزوی که رسید	فهم آن می کرد هر جا می شنید
از نظر که، گفتشان شد مختلف	آن یکی دالش لقب داد این الف
در کف هر یک اگر شمعی بدی	اختلاف از گفتشان بیرون شدی

فیل دانش نیز از جنبه های مختلفی مورد تحلیل قرار گرفته است. برخی بیشتر به جنبه های رسمی و آشکار دانش پرداخته اند و دانش را مقوله ای عینی، قابل لمس و قابل کنترل دانسته اند. عده ای دیگر دانش را بیشتر از منظر جنبه های ضمنی آن تحلیل کرده اند؛ لذا آن را

پدیده ای منعطف، نرم و غیر قابل کنترل معرفی کرده اند. علاوه بر این، برداشت های نادرست از ماهیت دانش، باعث بروز اشتباهات مدیریتی عمده ای در عمل می شود (مهریزی، نیری، خلج، پیردل، ۱۳۸۹).

جدول ۱-۲- عبارات های مختلف مرتبط با دانش

عبارت مرتبط	معادل انگلیسی	ارتباط با مفهوم دانش
داده	Data	ماده خامی است که بعد از پردازش می تواند به اطلاعات یا دانش تبدیل شود.
اطلاعات	Information	داده هایی به هم مرتبط هستند که در زمینه خاصی به ما امکان تحلیل و تصمیم گیری می دهند. اطلاعات نیز می تواند بعد از پردازش به دانش تبدیل شود.
خرد / بصیرت	Wisdom	حاصل انباشت و ترکیب انواع دانش های گوناگون است که در گذر زمان در ذهن انسان ها شکل می گیرد.
علم	Science	نوعی از دانش است که به چرایی ارتباط بین پدیده ها می پردازد و اغلب از طریق روش های مبتنی بر مشاهده و تجربه حاصل می شود.
فناوری	Technology	نوعی از دانش است که به چگونگی حل مسائل می پردازد.
تجربه	Experience	نوعی فعالیت هوشمندانه است که در نتیجه آن ممکن است، دانش جدیدی خلق شود.
تخصص	Expertise	مجموعه مشخص و عمیقی از دانش است که از نظر محتوایی به هم مرتبط هستند.
مهارت	Shill	نوعی از دانش چگونگی است که افراد را قادر می سازد تا توانایی انجام کاری را به صورت مؤثر و کارا داشته باشند.
هنر	Art	تجلی ذوق و خلاقیت و احساس انسان است که در قالب اثری تحسین برانگیز و جذاب نمودار می شود. خلق این اثر نیازمند بکارگیری دانش خواهد بود.
شهود	Intuition	نوعی دانش است که مبتنی بر درک عمیق، غیر قابل کنترل و پیش بینی است. اغلب منشا و منطق حاکم بر شهود، بر فرد دارنده آن روشن نیست.
ایده	Idea	دانش خامی است که هنوز صحت یا مفید بودن آن تأیید نشده است.
ابتکار/خلاقیت	Creativity	فرایندی است که طی آن ایده های جدید خلق می شود. این ایده ها می توانند زمینه ساز خلق دانش های جدید باشد.
نوآوری	Innovation	ایده های جدیدی هستند که در عمل به ثمر نشسته اند.

۲-۱- مروری بر مضامین کلیدی مدیریت دانش

تاکنون نمونه های متعددی از تعاریف مدیریت دانش ارائه شده است که مواردی از معروف ترین آنها در ذیل ارائه می شود، هر یک از این تعاریف را می توان در یکی از رویکردهای تکنولوژیکی و انسانی قرار داد:

الف- آلی (۱۹۹۷): مدیریت دانش عبارت است از مدیریت کردن دانش سازمان به طور نظام مند و سازمان یافته از طریق فرایندی ویژه برای گردآوری، سازماندهی، نگهداری، به کارگیری، و به اشتراک گذاری هر دو دانش نهان و آشکار کارکنان برای بهبود عملکرد سازمانی و خلق ارزش (عدلی، ۱۳۸۴).

ب- فرهنگ اصطلاحات مدیریت دانش (۱۹۹۸): مدیریت دانش، فرایند سیستماتیک جستجو، انتخاب، سازماندهی، پالایش و نمایش اطلاعات است؛ به طریقی که درک کارکنان در زمینه خاص، بهبود و اصلاح شود و سازمان بصیرت و درک بهتری از تجربیات خود کسب کند. فرایندهای مدیریت دانش در حل مسأله، یادگیری پویا، برنامه ریزی استراتژیکی، تصمیم گیری محافظت از دارایی های دانشی، به سازمان کمک می کند و منجر به انعطاف پذیری فزاینده و افزایش هوش سازمانی می شود (عدلی، ۱۳۸۴).

پ- داوینپورت و پروساک (۱۹۹۸): مدیریت دانش عبارت است از یک فرایند خاص سازمانی نظام مند برای کسب سازماندهی، نگه داری، کاربرد، پخش و خلق دوباره دانش آشکار و پنهان کارکنان برای افزایش عملکرد سازمان و ارزش آفرینی.

ت- کانتر (۱۹۹۹): مدیریت دانش فرایند سیستماتیک و سازمانی برای کسب، سازماندهی و انتقال دانش نهان و آشکار کارکنان است؛ با این هدف که دیگران از دانش برای اثربخشی و بهره وری استفاده کنند.

ث- هولم^{۱۰} (۲۰۰۱): مدیریت دانش را به عنوان یک راهبرد، تعریف می کند که باید در یک شرکت توسعه داده شود؛ برای اینکه مطمئن باشیم دانش به افراد درست در زمان مورد نیاز می رسد، به طوری که آنها دانش را به اشتراک گذارند و از اطلاعات برای بهبود وظایف سازمان استفاده کنند.

ج- مدیریت دانش به مهم ترین سرمایه ارزشمند سازمانی یعنی سرمایه فکری^{۱۱} مربوط می شود. مدیریت دانش با تبدیل سرمایه های انسانی به دارایی های فکری سازمان یافته، برای سازمان، ایجاد ارزش می کند (بیرانوند و امیری، ۱۳۸۷).

چ- مدیریت دانش، بنایی سنجیده، صریح و اصولی برای تجدید و استفاده از دانش در جهت افزایش تأثیر و بازگشت دانش مربوط به سرمایه دانشی است (ویگ (۲۰۰۴).

ح- مدیریت دانش، فرایند کشف، کسب، سازماندهی، پردازش و تلخیص، نگه داری، توسعه بکارگیری دانش قابل کسب در سازمان می باشد که توسط افراد مناسب و در زمان مناسب بدست آمده و از طریق ایجاد پیوند میان منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب، برای دست یابی به اهداف سازمان صورت می پذیرد (حبیبی، ۱۳۸۸).

خ- مدیریت دانش شامل مراحل اکتساب، اجماع دیدگاه های خبرگان و متخصصان یک شرکت در هر جایی که باشند در بانک اطلاعاتی، بر روی کاغذ و یا در اندیشه نیروها و پخش آن در هر جایی که به سود بیشتری بینجامد، است (هی بار، ۲۰۰۶).

د- مدیریت دانش خط مشی های اصولی را برای یافتن، درک کردن و استفاده از ارزش و ایجاد ارزش، معین می نماید (ادل، ۲۰۰۳).

¹⁰ Holm

¹¹ Intellectual Capital

ذ- مدیریت دانش، با تجزیه و تحلیل و شناسایی دانش لازم و سودمند درگیر بوده و در پی برنامه ریزی چندبعدی و کنترل مناسب در توسعه سرمایه های دانش، در جهت برآورده کردن اهداف سازمانی است (مکنتاش، ۲۰۰۷).

ر- مدیریت دانش، رسمی سازی و دسترسی به تجزیه، دانش و دیدگاه های استادانه را که قابلیت های جدید قدرت کارایی بالاتر، تشویق نوآوری و افزایش ارزش مشتری را در پی داشته باشد، هدف قرار می دهد (بکمن، ۲۰۰۸).

ز- مدیریت دانش، مجموعه ای از توانایی هایی است که فرایند ایجاد، انتشار، استفاده و اداره دانش را هدایت می کند (حبیبی، ۱۳۸۸).

س- مدیریت دانش، عناصر کارکردی و مهم زیر را توانمند، پشتیبانی و تقویت می کند:

- فرایندهای کشف یا ساخت دانش جدید و پالایش دانش موجود (ایجاد موجودی دانش)
- به اشتراک گذاری دانش میان افراد و در سطح همه مرزهای سازمانی (مدیریت کردن جریان دانش) ایجاد و استفاده از دانش به عنوان بخشی از کار روزانه افراد و به عنوان بخشی از تصمیم گیری (کاربردی کردن دانش) (حبیبی، ۱۳۸۸).

ش- مدیریت دانش توانایی خرد جمعی است به افزایش پاسخ گویی و نوآوری.

ص- مدیریت دانش یک کاتالیزگر است و همانند یک اهرم عمل می کند. دانش همیشه در ارتباط با شرایط محیطی است و محرک های عمل در پاسخ به این شرایط است (سیف اللهی، داوری، ۱۳۸۹).

ض- مدیریت دانش یعنی اجرای متوازن و مستمر هفت فرایند ارزیابی و نیازسنجی، کسب، خلق، سازماندهی و ذخیره سازی، انتظار، به کارگیری و فراموشی فعال دانش (مهریزی، نیری، خلج، پیرد، ۱۳۸۹).

ط- مدیریت دانش به عنوان یک روش برای کنترل و هدایت دارایی های مشهود و به خصوص نامشهود سازمان شناخته می شود، به نحوی که با بکارگیری دانش داخل و خارج سازمان، تولید دانش، ارزش آفرینی، نوآوری و بهبود را در سازمان تسهیل نماید (ونرام: ۲۰۰۰). مدیریت دانش با ایجاد یک محیط کاری جدید موجب تسهیل در اشتراک دانش گردید و جاری شدن دانش را به فرد مناسب در زمان مناسب برای فعالیت کارکرد اثربخش تر باعث می گردد.

ظ- گلبناس و همکاران، مدیریت دانش را فرایند احصاء، ذخیره سازی، بازبازی و توزیع دانش افراد سازمان قلمداد می کند. این تعریف سرمایه های معمولی دانش شرکت را در مواردی نظیر حق امتیاز، لسیانس، اطلاعات مشتری و رقبا و سرمایه های ناملموس شرکت را دانش نهفته در کارکنان، شامل تجربه و روش های ایشان برای حل مسائل می دانند.

ع- مدیریت دانش به عنوان یک ابزار مدیریتی، مسئول پیاده سازی و ارزیابی هدف مند دانش است، که در نهایت به توسعه سازمان با استفاده از دانش داخلی و خارجی برای افزایش کارایی لازم منجر می شود. جهت پیاده سازی استراتژی های دانشی، مدیریت دانش تمامی ظرفیت های انسانی، سازمانی و تکنولوژیکی مناسب برای بهینه نمودن رقابت و ارتقای استعداد جمعی در سطح سازمان را به کار می گیرد (اخوان، باقری، ۱۳۸۹).

غ- گورلیک و همکاران (۲۰۰۴) بیان می کنند که مدیریت دانش اساساً یک راهبرد سیستماتیک است برای بهینه سازی دسترسی افراد و تیم های درون یک سازمان به دانش، راهنمایی ها و تجربیات مرتبط و عملی در نقطه ای دیگر. لری پروساک از شرکت مشاوره ای مک

کینری، می گوید: مدیریت دانش تلاشی است برای شناسایی دارایی های ذهنی که در ذهن افراد مدفون شده است، سپس تبدیل آن به یک دارایی سازمانی که می تواند توسط گستره وسیعی از افراد مورد استفاده قرار گیرد، افرادی که سازمان به تصمیم گیری آن ها وابسته است.

ف- مدیریت دانش پلت فرمی است یکپارچه و تعاملی برای خلق، کسب، سازماندهی، ایجاد دسترسی استفاده از دارایی های اطلاعاتی سازمان با تکیه بر قدرت فناوری اطلاعات (اخگر، جهانیان، ۱۳۸۹).

گردآوری: سعید دمیرچی

موج چهارم

رویدادها



رویدادها و همایش های علمی

هفدهمین کنفرانس مدیریت دانش اروپا

۱۱ و ۱۲ شهریورماه ۱۳۹۵، ایرلند شمالی

17th European Conference on Knowledge Management (ECKM201612)

1 – 2 September 2016, Ulster University, Northern Ireland, UK

محورهای مورد بحث در کنفرانس:

- اصول و مبانی مدیریت دانش
- مدیریت دانش در سازمان
- نوآوری دانش
- سرمایه فکری
- سیستم های مدیریت دانش
- مدیریت دانش در عمل
- به اشتراک گذاری دانش
- اقتصاد دانش
- دینامیک دانش

مهلت ثبت نام: تا ۷ مرداد ۹۵ (۲۸ جولای ۲۰۱۶)

محل برگزاری دانشگاه اولستر ایرلند شمالی – بلفاست

برای اطلاعات بیشتر به سایت <http://www.academic-conferences.org/conferences/eckm> مراجعه گردد

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش و تبادل اطلاعات

۱۹ تا ۲۱ آبان ۹۵ ، پورتو، پرتغال

8th International Conference on Knowledge management and Information Sharing

9-11 Nov.2016, Porto, Portugal (KMIS 2016)



محورهای مورد بحث در کنفرانس:

- بهترین شیوه و کار جوامع در مدیریت دانش
- اطلاعات و کسب و کار CRM
- مدیریت فرآیند کسب و کار
- ارتباطات ، همکاری و به اشتراک گذاری اطلاعات
- کتابخانه های دیجیتال
- دولت الکترونیکی
- آموزش الکترونیکی
- سیستم های اطلاعات سازمانی
- تاثیر اندازه گیری مدیریت دانش
- امنیت اطلاعات
- تسهیل نوآوری
- سیستم های اطلاعات هوشمند
- استراتژی مدیریت دانش و پیاده سازی
- پروژه های مدیریت دانش
- سازمان یادگیرنده و یادگیری سازمانی
- فراداده و مدارک سازمان داده شده
- تجربیات سازمانی
- سازمان دهی سیستماتیک دانش
- مهندسی مورد نیاز
- شبکه های اجتماعی و بعد روانی
- مطالعات ، متریک و سنجش و ارزیابی
- ابزار و فن آوری برای مدیریت دانش

فرصت ثبت نام: ۲۹ شهریور ۹۵ (۱۹ سپتامبر ۲۰۱۶)

محل برگزاری: پورتو – پرتغال

برای اطلاعات بیشتر به سایت <http://www.kmis.ic3k.org/Home.aspx> مراجعه گردد

اولین کنگره بین المللی اقتصاد اسلامی دانش بنیان بر پایه جنبش نرم افزاری

تابستان ۱۳۹۵ دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران



محورهای مورد بحث در کنفرانس:

- نقش آموزش های نوین (آموزش مجازی، آموزش از دور، آموزش ترکیبی و ...) در:
 - ✓ جنبش نرم افزاری
 - ✓ کارآفرینی و نوآوری
 - ✓ اقتصاد مقاومتی
- اقتصاد دانش بنیان
- اقتصاد مقاومتی
- جنبش نرم افزاری
- کارآفرینی و نوآوری
- فناوری اطلاعات
- نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی و منابع انسانی

فرصت ارسال مقاله کامل: تیر ۹۵

اعلام مقالات انتخاب شده: مرداد ۹۵

فرصت ثبت نام: مرداد ۹۵

برای اطلاعات بیشتر به سایت <http://cinvuconf.ir/fa/> مراجعه گردد.

هیجدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش و اقتصاد دانشی

۱۴ تا ۱۵ مرداد ۱۳۹۵، آمستردام، هلند

18th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Economy

4-5 Aug.2016, Amsterdam, Netherlands (ICKMKE 2016)



محورهای مورد بحث در کنفرانس:

مدیریت دانش

- مدیریت دانش
- مبانی و نظریه ها
- علم، نظریه و حرفه ای در مدیریت دانش
- انتقال دانش
- دانش تداوم برنامه ها و منابع انسانی کمبود

اقتصاد دانشی

- اقتصاد دانش
- علم و نظریه اقتصاد دانش
- دانش محور شرکت نوع کسب و کار
- کارآفرینی در اقتصاد دانش محور
- اقتصاد قدیمی، اقتصاد دانش محور و اقتصاد جدید

برای اطلاعات بیشتر به سایت <https://www.waset.org/https://www.waset.org/conference/2016/08/amsterdam/ICKMKE> مراجعه گردد.

هیجدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش و اقتصاد دانشی

۴ تا ۵ بهمن ۱۳۹۵، پاریس، فرانسه

18th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Economy

23-24 Jan.2017, Paris, France (ICKMKE 2017)



محورهای مورد بحث در کنفرانس:

اقتصاد دانشی

- اقتصاد دانش
- علم و نظریه اقتصاد دانش
- دانش محور شرکت نوع کسب و کار
- کارآفرینی در اقتصاد دانش محور
- اقتصاد قدیمی، اقتصاد دانش محور و اقتصاد جدید
- مدل‌های کسب و کار از اقتصاد دانش
- بخش آموزش و پرورش در اقتصاد دانش

مدیریت دانش

- مدیریت دانش
- مبانی و نظریه ها
- علم، نظریه و حرفه ای در مدیریت دانش
- انتقال دانش
- دانش تداوم برنامه ها و منابع انسانی کمبود
- تبدیل دانش به محصولات و توسعه کسب و کار
- مدیریت سرمایه های فکری و مدیریت IP

مهلت ارسال خلاصه مقاله: ۲ مرداد ۹۵ (۲۳ جولای ۲۰۱۶)

اعلام مقالات انتخاب شده: ۲ شهریور ۹۵ (۲۳ آگوست ۲۰۱۶)

مهلت ارسال کامل مقالات: ۲ مهر ۹۵ (۲۳ سپتامبر ۲۰۱۶)

مهلت ثبت نام: تا ۲ مهر ۹۵ (۲۳ سپتامبر ۲۰۱۶)

برای اطلاعات بیشتر به سایت <https://www.waset.org/conference/2017/01/paris/ICKMKE> مراجعه گردد.

گردآوری: رویا امام

موج پنجم

مقالات



نقش فرهنگ سازمانی در تسهیل اقدامات مدیریت دانش

مؤلف / مترجمان: مصطفی آشنا / ناصر عسگری / علیرضا مرادی صالح / داوود غفوری

موضوع: مدیریت دانش سازمانی

سال انتشار (میلادی): ۱۳۹۲

تهیه و تنظیم: پایگاه اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی ایران

چکیده: در عصر دانایی محوری، دانش تنها منبع متمایز سازمان به شمار میرود و برای حفظ مزیت رقابتی سازمان ضروری است. از این رو، مدیریت دانش به یکی از وظایف کلیدی سازمان های موفق امروزی تبدیل شده است. اجرای موثر مدیریت دانش در سازمان به زیر ساخت های گوناگونی نیاز دارد که فرهنگ سازمانی یکی از مهم ترین آنها است. هدف این پژوهش بررسی تاثیر انواع فرهنگ سازمانی بر اقدامات مدیریت دانش در مراکز آموزشی یک سازمان دولتی است. داده های نظرسنجی از ۲۷۵ مشارکت کننده جمع آوری شده است. برای ارزیابی مدل پژوهش نیز از تحلیل عاملی و آزمون تحلیل مسیر استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد، بین فرهنگ سازمانی قبیله ای و کارآفرینانه با اقدامات مدیریت دانش ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد، در حالی که این تاثیر در مورد فرهنگ سازمانی بازاری و سلسله مراتبی منفی است. این یافته ها نشان می دهد شناخت نوع فرهنگ سازمانی حاکم بر سازمان، به مدیران را توانایی می دهد تا از اقدامات مدیریت دانشی استفاده کنند که با فرهنگ سازمان تناسب داشته باشند. همچنین بر اساس یافته های این پژوهش پیشنهادهایی کاربردی به مدیران ارائه می شود تا فرهنگ سازمانی تسهیل گری برای اجرای اثربخش اقدامات مدیریت دانش در سازمان ایجاد کنند.

http://www.sid.ir/fa/VEWSSID/J_pdf/45513920408.pdf

ادامه مقاله در لینک زیر قابل دسترسی است:

بررسی الگوهای استراتژی مدیریت دانش و کاربرد ایمنی مبتنی بر مدیریت استراتژیک در محیط های کار

مؤلف / مترجمان: حسین محمود اقدم

موضوع: مدیریت دانش سازمانی

سال انتشار (میلادی): ۱۳۹۵

تهیه و تنظیم: پایگاه اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی ایران

چکیده: در مطالعات مدیریت دانش و مدیریت استراتژیک، استراتژی مدیریت دانش، استراتژی دانش و همچنین کاربرد ایمنی مبتنی بر مدیریت استراتژیک مفاهیمی جدید و ابداعی می باشند که اغلب در پروژه های داخل کشور چندان مورد توجه قرار نگرفته است. از همین رو تحقیق حاضر با هدف بررسی و تبیین ضرورت ها، کارکردها و الگوهای مربوط به این سه مفهوم و بیان تفاوت های آن ها در سازمان ها و بیان ضرورت و چگونگی کاربرد مدیریت استراتژیک در تشکیلات ایمنی و تعیین الگوی استقرار آن در چارچوب مدیریت استراتژیک می باشد. بر این اساس ابتدا مفاهیم استراتژی مدیریت دانش، استراتژی دانش در سازمان و سپس مراحل مدیریت استراتژیک بیان شده و در مرحله بعدی عناصر مدیریت استراتژیک در تشکیلات و واحدهای ایمنی و سلامت کار ذکر می گردد. این تحقیق با روش مطالعات کتابخانه ای انجام شده و ابزار گردآوری اطلاعات در آن فیش برداری از منابع پایگاه های اطلاعاتی شبکه جهانی اینترنت، کتب و مقالات علمی فارسی و لاتین و پایان نامه های مرتبط با موضوع تحقیق بوده است. استراتژی مدیریت دانش بر مبنای دسته بندی دانش به انواع دانش آشکار (صریح) و دانش پنهان (ضمنی) تعریف می شود و استراتژی دانش بیان می کند که سازمان چه دانشی را، با چه عمقی، از چه منبعی و از چه طریقی برای پشتیبانی از برنامه استراتژیک خود بایستی کسب نماید. مطمئناً یکی از اهداف استراتژیک و مهم در صنایع ایران، ارتقای سلامت و ایمنی کارکنان و توسعه فرهنگ سلامتی و بهبود کیفیت خدمات می باشد که تشکیلات ایمنی می تواند در این زمینه خدمات فراوانی را ارائه نماید و در چارچوب مدیریت استراتژیک نقش پررنگی در برنامه های پیشگیری از صدمات و بیماری ها و حفظ سلامت کارکنان و ارتقای کیفیت زندگی شغلی ایفا نماید.

http://www.sid.ir/fa/VEWSSID/J_pdf/10003613950109.pdf

ادامه مقاله در لینک زیر قابل دسترسی است:

نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمان ها

مؤلف / مترجمان: حسن دهقانی

موضوع: مدیریت دانش

سال انتشار (میلادی): ۱۳۹۳

منبع: فصلنامه رشد فناوری

تهیه و تنظیم: پایگاه اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی ایران

چکیده: محیط پویا و رقابتی امروز، سازمان ها به شدت به افزایش توانمندی های نوآوری خود نیاز دارند و این مهم تنها در سایه توجه به منبع ارزشمند دانش و قابلیت خلق و به کارگیری آن حاصل می گردد. نوآوری سازمانی بدون وجود مدیریت دانش مشارکتی و پویا ظهور پیدا نخواهد کرد و به همین دلیل نفس وجود مدیریت دانش، اهمیت خیلی زیادی برای سازمان ها پیدا کرده است. سیستم های مدیریت دانش سنتی، عمدتاً در پی تسخیر دانش صریح و آشکار به صورت رسمی و نظام مند بوده و در بازکردن قفل های دانش ضمنی و پنهان موجود در ذهن افراد، موفق نبوده اند. امروزه، سیستم مدیریت دانش ۲ نشأت گرفته از فناوری های وب ۲، با رویکرد اجتماعی سازی، همکاری، مشارکت، تشریک مساعی و تعامل بین افراد، سعی در تسخیر بزرگ ترین و ارزشمندترین پایگاه دانش توزیع شده سازمانی داشته که همانا دانش ضمنی و نهان موجود در ذهن و ضمیر کارکنان سازمان می باشد. به چنین سازمان هایی که بر پایه مدیریت دانش ۲ و سرمایه اجتماعی شکل می گیرد، سازمان ۲ گفته می شود. تمرکز چنین سازمان هایی به جای سلسله مراتب و کنترل های رسمی، به سمت مشارکت اجتماعی و همکاری انبوه کارکنان برای ایجاد خلاقیت و نوآوری سازمانی از طریق ظهور شبکه های اجتماعی، معطوف است. این مقاله سعی در ارائه تاثیر فناوری های وب ۲ در دگرگونی سازمانی ناشی از ایجاد سیستم مدیریت دانش ۲ در سازمان ۲ داشته و به درک درست مدیران از نقش اهرمی دانش اجتماعی برای توسعه نوآوری سازمانی کمک می کند.

ادامه مقاله در لینک زیر قابل دسترسی است http://www.sid.ir/fa/VEWSSID/J_pdf/43013933906.pdf

توسعه مدیریت دانش بر پایه فرهنگ سازمانی

مؤلف / مترجمان: محمود اکرامی / آرزو نعیمی مجد

موضوع: مدیریت دانش

سال انتشار (میلادی): ۱۳۹۲

منبع: فصلنامه نوآوری های آموزشی

تهیه و تنظیم: پایگاه اطلاعاتی علمی جهاد دانشگاهی ایران

چکیده: پژوهش حاضر در جهت تقویت مدیریت دانش بر پایه فرهنگ سازمانی کارکنان شاغل در ادارات مناطق آموزش و پرورش شهر تهران انجام شد. تعداد ۶۱ نفر از مدیران و کارشناسان ارشد ده اداره از مناطق ۲۱ گانه به صورت چند مرحله ای انتخاب و پرسش نامه های فرهنگ سازمان و مدیریت دانش هر یک با اعتبار $a=0.95$ روی افراد گروه نمونه اجرا گردید. با استفاده از مدل t تک گروهی میزان هریک از متغیرهای فرهنگ سازمان (فرهنگ قومی، فرهنگ ادهوکراسی، فرهنگ بازار و فرهنگ سلسله مراتبی) در جامعه مورد مطالعه بیش از حد متوسط و بالا و متغیرهای مدیریت دانش (خلق دانش، تسهیم دانش و انتقال دانش) در حد متوسط ارزیابی گردید. استفاده از مدل فریدمن نشان داد در جامعه مورد مطالعه متغیرهای فرهنگ قومی، فرهنگ سلسله مراتبی، فرهنگ بازار، و فرهنگ ادهوکراسی به ترتیب رتبه های ۱ تا ۴ و متغیرهای خلق دانش، کاربرد دانش و تسهیم دانش در رتبه های ۱ تا ۳ هستند. اجرای مدل همبستگی بنیادی نشان داد متغیرهای فرهنگ بازار و تجربه خدمتی اثر منفی در مدیریت دانش دارد. به این معنا اگر مدیری نسبتاً مسن، بدون تجربه خدمتی، با فرهنگ سلسله مراتبی بسیار بالا باشد، مناسب ترین ترکیب مدیریت دانش، ترکیب خلق دانش بسیار بالا، تسهیم دانش بالا، و کاربرد دانش متوسط است. نتایج حاصل از اجرای مدل هم خوانی مجذورکای نشان داد بین متغیر تحصیلات با متغیرهای فرهنگ قومی، فرهنگ ادهوکراسی، فرهنگ سلسله مراتبی، فرهنگ سازمان و مدیریت دانش به مفهوم کلی رابطه وجود دارد، و برای تعیین جهت رابطه از مدل رگرسیون هم زمان استفاده، و نتیجه نشان داد بین متغیر فرهنگ سازمان، فرهنگ قومی، فرهنگ ادهوکراسی، فرهنگ سلسله مراتبی و تحصیلات رابطه معنادار وجود دارد و با توجه به مقدار منفی b این رابطه معکوس است، یعنی با افزایش سطح تحصیلات متغیرهای ذکر شده کاهش می یابد. مدیریت دانش نیز با تحصیلات رابطه دارد. بین مولفه های مدیریت دانش با ویژگی های فردی رابطه مشاهده نگردید.

http://www.sid.ir/fa/VEWSSID/J_pdf/32213923102.pdf

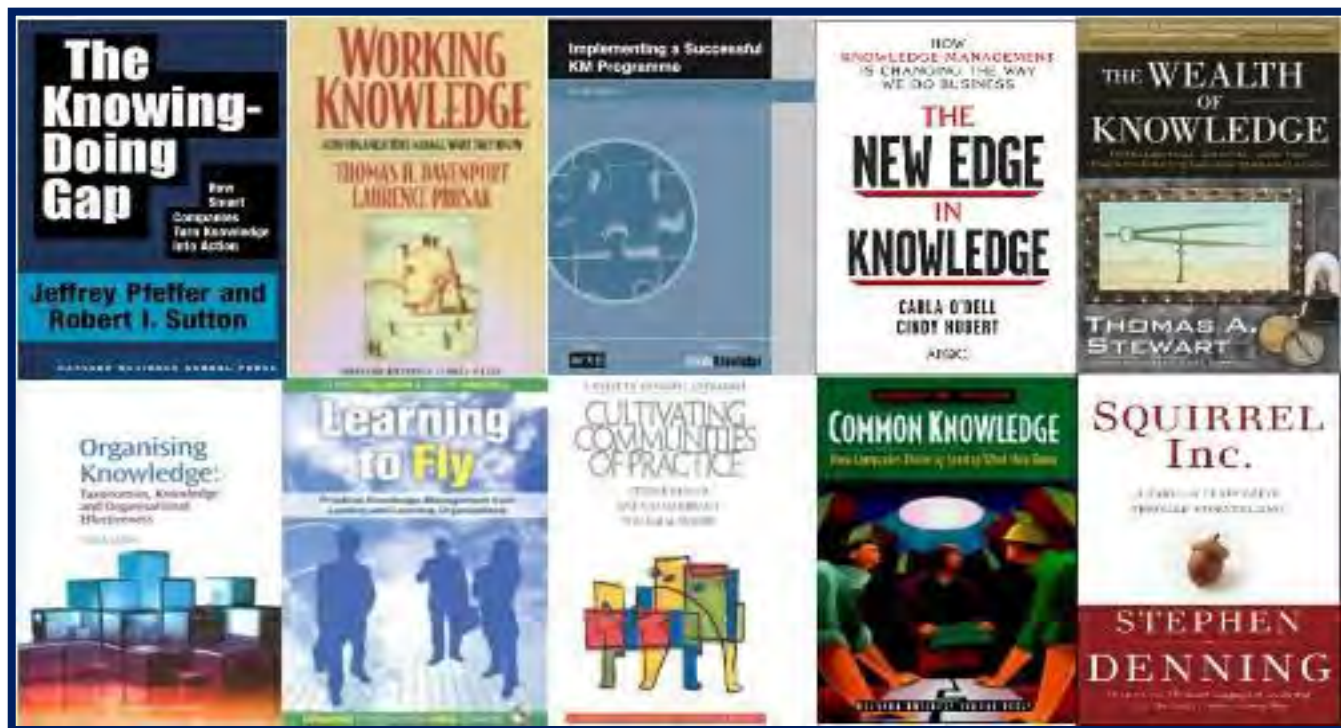
ادامه مقاله در لینک زیر قابل دسترسی است:

موج ششم

دانش نما



معرفی کتاب و سایت



۱۰ کتابی که خواندنشان توسط معتبرترین متخصصین و مجریان بین المللی مدیریت دانش توصیه شده است. این کتاب ها در میان انبوه کتاب های موجود در زمینه مدیریت دانش بیشترین توصیه ها را به خودشان اختصاص داده اند.



پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج)

www.ganj.irandoc.ac.ir

بانک اطلاعاتی نشریات علمی فارسی، مقالات همایش ها، بانک طرح های پژوهشی و گزارش های دولتی



نشریه الکترونیکی مدیریت دانش اسلامی

www.jikm.isca.ac.ir

سامانه نشریه الکترونیکی مدیریت دانش اسلامی

گردآوری: فرزانه سهرابی

مستند سازی تجارب و دانش نهفته دریانوردان

پروژه "مستند سازی تجارب نهفته دریانوردان" از سوی مرکز مطالعات بررسی های راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی به منظور جلوگیری از خارج شدن برخی تجارب و وقایع دانشی از ذهن خبرگان با گذشت زمان و حبس اطلاعات دانشی ناشی از استراتژیک بودن آن و با رویکرد میسر شدن امکان آشکار سازی و مستندسازی دانش و تجارب دریایی دریانوردان، فراهم سازی موجبات هم افزایی دانش کسب شده در استفاده از تجربیات، امکان آموختن و همچنین کسب بازخورد از تجارب و پیشنهادات کسب شده از دریانوردان انجام گردید. حوزه این تحقیق، دریانوردان فعلی کشور شامل فرماندهان، افسران، کاپیتان ها و ناخداهای کشتی های تجاری و لنج داران شاغل در شرکت های کشتیرانی و دامنه آن در حوزه جغرافیایی شهرها و بنادر کشور بوده است که با تکیه بر حافظه فعالان دریانوردی از طریق مستند سازی و ثبت تجارب ذهنی دریانوردان و استفاده از دانش شفاهی آنان می باشد.

در شماره های آتی نشریه امواج دانش بخش هایی از نتایج بدست آمده از این پژوهش متناسب با موضوعات، به همراه واژگان دریایی ثبت شده ارائه میگردد.

نقش بررسی گزارشات هواشناسی در دریانوردی ایمن و صرفه جوئی منابع

تلاش فرماندهان کشتیهای تجاری صرفه جوئی در هزینه های سفر کشتی است از آن جمله انتخاب کوتاهترین و ایمن ترین راه برای رسیدن به بندر مقصد است. اما از آنجاکه در دریانوردی کوتاهترین راه بین دو بندر، خط مستقیم نیست لذا با رعایت تمام نکات ایمنی برای حفاظت از کارکنان، کشتی، کالای بارگیری شده و محیط زیست برنامه سفر دریائی توسط فرمانده تأیید و به انجام می رسد. برای مثال در طول مدت وزش بادهای موسمی شمال شرق در دریای چین جنوبی برخی از فرماندهان در عوض مواجهه مستقیم با باد و انتخاب مسیر حرکت در جهت شمال شرق به ساحل کشورهای مالزی، برونئی و فیلیپین نزدیک می شوند و علیرغم طولانی شدن مسیر حرکت از مواجهه با امواج و شرایط طوفانی فاصله می گیرند.

برای صرفه جوئی در مصرف سوخت باید مسافت بین دو بندر حداقل فاصله باشد از اینرو در صورت وجود شرایط و به اندازه کافی فاصله داشتن از خشکی می توان از روش دریانوردی دواير عظیمه استفاده کرد و یا با انتخاب سرعت متناسب با کاهش مصرف سوخت با حداکثر سرعت ممکن به حرکت ادامه داد. درج مرتب موقعیت کشتی روی نقشه و تصحیح مسیر از جمله روش های کاهش مسافت یا صرفه جوئی در مصرف سوخت است تسریع در بارگیری و تخلیه و کاهش مدت توقف کشتی در بندر هم از راه های صرفه جوئی در مخارج کشتی است. استفاده از اطلاعات مندرج در گزارشات هواشناسی و حذر از برخورد با طوفان نیز که با تغییر مسیر و کاهش سرعت همراه است، از راههای دیگر صرفه جوئی در کشتیرانی محسوب می شود. موارد فوق الذکر در تمام مراحل حرکت کشتی در دریا از سوی فرمانده کشتی مد نظر قرار می گیرد و تصمیم مناسب اتخاذ می شود.

استفاده از برنامه نرم افزاری پل فرماندهی که در حاضر در اکثر کشتی ها وجود دارد و در صورت امکان استفاده از روش دریانوردی دواير عظیمه و رصد کردن گزارشات روزانه هواشناسی و تغییر مسیر یا سرعت با توجه به این گزارشات هواشناسی کمک شایانی در جهت تنظیم مسیر کشتی و بهینه کردن مصرف سوخت میکند.

استفاده از دریانوردی دواير عظيمه برای عبور از اقیانوس ها موجب کوتاهتر شدن مسافت بين دو بندر می شود ولی توقف در لنگرگاه ها و انتظار کشیدن برای پهلو گیری و در نوبت ماندن می تواند تمام این صرفه جوئی ها را به هدر دهد. دور زدن طوفان های مناطق حاره موجب افزایش مصرف سوخت می شود اما عدم مواجه شدن با طوفان می تواند از بروز خسارات به کشتی و کالای بارگیری شده جلوگیری کند.

بادهای موسمی در برخی موارد می تواند برای دریانوردی لنج ها خطرناک باشند برای همین مدیریت بنادر با توجه به گزارش های هواشناسی و بررسی وضع موجود در صورت نیاز از حرکت لنج ها تا رد شدن طوفان جلوگیری می کند. ناخدای لنج ها در مواقع مواجهه با خطر در دریا از روشهای تغییر مسیر، کاهش سرعت و در صورت شدید شدن طوفان از روش پناه گرفتن در بنادر یا جزایر بهره می گیرند.

مرکز مطالعات و بررسی های راهبردی سازمان بنادر و دریانوردی

واژگان دریایی (بخش ث، ج و چ)

- ثالث: تخته ای است که در کف لنج نصب می گردد.
- جالبوت: نوعی لنج و کشتی چوبی با ظرفیت بین ۵ تا ۱۰۰ تن در زبان اهالی کنگ که ساختمان سینه با رأس آن راست است.
- جالی: تخته هایی شبیه در برای پوشاندن دهانه انبار های لنج.
- جامری: تخته خراب شده و از کار افتاده در بدنه لنج.
- جامه: به مجموع گفیه و چهار قرقره ای که در شکاف آن قرار دارد گفته می شود.
- جدآف: تیر های عمودی که برای نگه داشتن قایق در ساحل پس از جزر بکار می رود.
- جدف: اصطلاحاً به تیر های بلند چوبی گویند که بطور عمودی در اطراف کشتی ها، لنج ها و قایق های در حال استراحت نصب شده و روی آن را با پارچه ای پوشانده تا کشتی را در برابر طوفان و باران و آفتاب محافظت نماید.
- جذم: پهلو گرفتن دو لنج در کنار هم بدون برخورد با یکدیگر.
- جزر: پائین آوردن دکل کشتی را می گویند
- جسذی: نوعی میخ که با آن اجزائی را به بدنه لنج متصل می سازند.
- جلبوت: قایق کوچک
- جلبوتی: نوعی میخ ریز مورد استفاده در لنج سازی.
- جمعه: آبهایی که در اطراف موتور و در خن لنج جمع می شود.
- جمه: ته لنج و محل تجمع آب های نفوذی در دریا.
- جهاز: اسم عام برای لنج های چوبی است.
- جیب: بادبان مثلثی جلوی قایق.
- چافتو: نام تخته ای که از درون لنج و روی «بیس» قرار می گیرد.
- چافتو تفر: چوبی که در ته لنج روی «میل» قرار می گیرد.
- چاویه: میله های بلند که به کمک مهره هایی بیس را به عطفه متصل می سازد.
- چپله: قطعه چوبی که برای محکم کاری روی سکان قرار می گیرد.
- چپو: پمپ دستی تخلیه آب لنج.
- چراغ بندیره: لامپی که به بندیره در عقب لنج نصب می گردد.
- چراغ دیره: لامپ درون قطب نما که شب هنگام قطب نما را روشن می کند.
- چراغ سرخ و سوز: چراغ قرمز و سبزی بر روی اتاق ناخدا برای راهنمایی کشتی و لنج هایی که از روبرو می آیند.
- چرخ: فرمان کشتی
- چفتو: تخته ای روی بیس با سطحی گود برای جمع شدن آب جمعه.
- چکان، چکر: حمل بار بیش از حد توسط لنج.
- چلب: تخته ای افقی در عرشه که سینه را دو قسمت می کند.
- چلچل: باد نرم و ملایم که از هر دو طرف به لنج بوزد.
- چمبلاک: جرثقیل دستی
- چوبه: میخ پیچی بزرگ در اندازه های متفاوت برای نگه داشتن «بیس» به چوب های ضخیم بدنه لنج.
- چیبیل: هر شیء که روی آب شناور بماند.



سازمان بنادر و دریانوردی

What is today as knowledge management, knowledge based assets or management science (Knowledge management - KM) is an approach that is mentioned it to increase productivity, wealth creation and added value in the production of goods or services competitive, information and scientific reserves, the way things are done systematically placed at the disposal of other persons or parties involved.

At the micro level (macro) due to economic globalization and competition between producers of goods and services, necessary regulation and findings of the accumulated empirical knowledge, professional organizations or active in international markets is far more important and it will be remembered as one of the important strategies of each organization.

1st year | Volume 4 | JUL. 2016